

**Lojas com História e a Preservação do Património
Identitário de Lisboa**

Suzane Torres Meyer

Dissertação de Mestrado em Património

Novembro, 2019

DECLARAÇÕES

Declaro que esta Dissertação é o resultado da minha investigação pessoal e independente. O seu conteúdo é original e todas as fontes consultadas estão devidamente mencionadas no texto, nas notas e na bibliografia.

O candidato,

Suzane Jones Meyer

Lisboa, 11 de novembro de 2019.

Declaro que esta Dissertação se encontra em condições de ser apreciado pelo júri a designar.

O(A) orientador(a),

Dr. Ricardo Oliveira Gonçalves

Lisboa, 11 de novembro de 2019.

Lojas com História e a Preservação do Património
Identitário de Lisboa

Suzane Torres Meyer

Dissertação de Mestrado em Património

Novembro, 2019

Dissertação apresentada para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Património realizada sob a orientação científica da Professora Doutora Paula Alexandra Ochôa de Carvalho Telo.

*Aos meus pais e irmão que me deram raízes
para ser quem sou, e ao meu marido e filhas por
complementarem a minha alma e me darem
liberdade para sonhar.*

Agradecimentos

A minha gratidão a todas as pessoas que direta ou indiretamente me fizeram chegar até aqui.

Para começar quero agradecer aos Professores do Mestrado em Património da FCSH, que me fizeram pensar (e chegar) além do que eu considerava limite. Que me mostraram um novo e vasto mundo dentro do património: Os professores António Manuel de Almeida Camões Gouveia, Carlos Vargas, Alexandra Curvelo da Silva Campos e Leonor A. Plácido de Medeiros. O meu muito obrigada a Professora Doutora Paula Alexandra Ochôa de Carvalho Telo, que desde o início do curso me incentivou a acertar e a fazer novas descobertas, além de toda a sua dedicação na orientação deste trabalho.

Agradeço também às novas amizades feitas nas aulas do mestrado: Wanessa Mendes e Débora Baungartner, pelos estudos, trabalhos, risadas e companheirismo e apoio nas horas mais difíceis da dissertação.

Aos meus incentivadores, aqueles que tinham as palavras certas nas horas necessárias, informações valiosas para as minhas escolhas, e que com paciência e dedicação, me ajudaram a estar aqui. São eles: Beatriz Beltrão Rodrigues, Antônio Carlos Martins, Ivo Almico e Marcus Granato pessoas que tive a sorte de ter ao meu lado nos anos que passei no Museu de Astronomia e Ciências Afins – Mast/RJ.

Agradeço à família a que pertenço, as minhas raízes, que me ensinaram a crescer sempre e mesmo sendo doloroso, me deram asas para que eu pudesse voar. Aos meus pais Suely e Zair, e ao meu irmão Ricardo que mesmo a milhas de distância, mantém os seus corações junto ao meu.

Por último, é mais do que necessário agradecer aos grandes motivadores da minha vida: Vinicius, Sophia e Maria Antônia, agradeço (sempre) pela nossa família e pelo apoio às loucas ideias e pela coragem de cruzar o oceano em busca de novas aventuras.

Muito obrigada.

LOJAS COM HISTÓRIA E A PRESERVAÇÃO DO PATRIMÓNIO IDENTITÁRIO DE LISBOA

Suzane Torres Meyer

Resumo

O propósito da presente dissertação de mestrado em Património é a análise e a compreensão de como, no caso de Lisboa, o programa Lojas com História patrimonializa e preserva o património identitário da cidade, sobretudo na sua zona histórica.

Considerando este projeto parte de uma estratégia da Câmara Municipal de Lisboa para o desenvolvimento urbano, que visa a preservação e a valorização do património histórico, cultural e identitário da cidade, assim como a reabilitação urbana da sua zona histórica e a revitalização de seu comércio tradicional, vamos analisar o projeto e descobrir quais os benefícios trazidos pelo programa para alcançar seu sucesso.

Para cumprir com tal investigação, desenvolvemos uma pesquisa de carácter exploratório, apoiada em métodos interpretativos e explanatórios. A investigação recorreu a suportes documentais para o desenvolvimento do programa e toda sua legislação, assim como pesquisa bibliográfica em repositórios, bases de dados e em jornais disponibilizados na internet com notícias sobre as lojas e o projeto Lojas com História. Foram ainda ouvidos testemunhos de lojistas.

Após toda a investigação, concluímos que o Programa Lojas com História é um marco na patrimonialização do comércio, numa tentativa de preservação do património cultural e identitário de Lisboa, mas a sua atuação precisa ser ampliada e outras iniciativas precisam ser efetuadas, para que as lojas apoiadas possam manter-se por mais tempo e esta rede de patrimonialização seja bem-sucedida.

PALAVRAS-CHAVE: Patrimonialização do Comércio, Património Identitário, Comércio Tradicional, Lojas com História, Lisboa

Abstract

The aim of the Masters dissertation on patrimony is to analyze and comprehend how, in the case of Lisbon, the program, Lojas com Historia, patrimonializes and preserves the patrimonial identity of the city, especially in its historical area.

Developing this project is part of a strategy of the Lisbon City Council for Urban Development, which aims to preserve and enhance the historical and cultural identity of the city, as well as the urban rehabilitation of its historic area and the revitalization of its traditional commerce. In this analysis, one will look at the project and find its benefits which continue to bring it success.

To comply with this investigation, an exploratory character search has been developed and supported through interpretive and explanatory methods. The research resorted to documented support of the development of programs and their legislations, such as bibliographic research in repositories, databases, and newspapers made available on the internet and providing news about stores and the Lojas com Historia project. We continue to hear testimonials from shopkeepers.

In concluding the investigation, we found that, in its attempt to preserve the heritage and cultural identity of Lisbon, the Lojas com Historia project is a milestone in the patrimonialization of commerce. However, its action needs to be expanded and other actions taken so that the supported stores can last longer and so that this patrimonialization network is successful.

KEYWORDS: Trade Heritage, Identity Heritage, Traditional Commerce, Shops with History, Lisbon.

Índice

Agradecimentos	3
Resumo.....	4
Abstract	5
Índice de Tabelas.....	8
Índice de Figuras	9
Lista de acrónimos, siglas e abreviaturas.....	11
Capítulo 1 - Introdução	12
1.1. Apresentação e contextualização do tema.....	12
1.2. Objetivos e Metodologia.....	15
1.2.1. Objetivos	15
1.2.2. Metodologia	16
1.3. Planificação e organização do trabalho	17
Capítulo 2 - Revisão da Literatura	18
2.1. Abordagens e contextos sobre a preservação do património cultural enquanto património identitário	18
2.2. O comércio e sua patrimonialização	24
2.3. Parceria Público Privada para a sustentabilidade dos centros históricos	29
2.4. Políticas públicas de Lisboa	32
a. A Lei do Arrendamento e os Alojamentos Locais	42
b. Património, memória e identidade	44
Capítulo 3 - Projeto Lojas com História	49
3.1. O Programa Lojas com História	49
3.1.1. Critérios de Atribuição da Distinção	53
3.1.2. Benefícios do Programa	55
3.1.3. A Legislação sobre o Projeto Lojas com História	57
3.2. Analisando o Programa Lojas com História	59

3.3. Casos em que a preservação do património do comércio fracassou	61
Capítulo 4 - Iniciativas para a proteção patrimonial do comércio local.....	67
4.1. O Porto e o Programa Porto de Tradição.....	68
4.2. Viana do Castelo e as Lojas Memória	71
4.3. Braga e a iniciativa Lojas com História.....	73
4.4. Vizela e a iniciativa Lojas com História	74
4.5. Outras iniciativas por Portugal.....	76
4.6. Comércio com História	76
4.7. Medidas protetivas pelo mundo	79
4.7.1. Casos em Espanha	79
4.7.2. Caso do Rio de Janeiro.....	84
Capítulo 5 - Conclusão e Recomendações	86
Referências Bibliográficas	94
Anexo	100
Anexo I - A Carioca	100
Anexo II - Florista Pequeno Jardim.....	107
Anexo III - Au Petit Peintre	110
Anexo IV – Lista de lojas classificadas pelo programa Lojas com História.....	114

Índice de Tabelas

Tabela 1: Vantagens oferecidas pelos BID's (Adaptação de Balsas, 2002)	30
Tabela 2: Tabela de modelo de análise intensiva da política cultural local. Fonte: SILVA, BABO e GUERRA, 2015.	38
Tabela 3: Tabela comparativa entre as iniciativas de preservação do património de estabelecimentos comerciais em Portugal.	87

Índice de Figuras

Figura 1: E. Amougou, Processo de Patrimonialização – Modelo Estrutural e Funcional, 2004. Retirado de ABREU, 2018.....	28
Figura 2: Alfama durante as Festas de Lisboa 2019. Fonte: Manuel Manso. Disponível em < https://www.timeout.pt/lisboa/pt/santos-populares >, consultado em 18 de outubro de 2019.	48
Figura 3: Sardinha vencedora do concurso das Festas de Lisboa em 2019. Fonte: Disponível em: < https://www.noticiasao minuto.com/pais/1256553/as-sardinhas-premiadas-pelas-festas-de-lisboa19-ja-deram-a-tona >. Consultado em 08 de outubro de 2019.	48
Figura 9: Logo do Programa Lojas com História da Câmara Municipal de Lisboa. Fonte: Lojas com História. Disponível em http://www.lojascomhistoria.pt , consultado em 25 de julho de 2019.....	49
Figura 10: Dístico Lojas com História. Fonte: Arquivo pessoal (26/10/19).....	55
Figura 11: Exposição Lojas com História. Fonte: Portal Nacional dos Municípios e Freguesias. Disponível em: < https://www.municipiosefreguesias.pt/evento/19373/evento/visita-comentada-a-exposicao-lojas-com-historia >, consultado em 24 de outubro de 2019.	56
Figura 4: Mapa com a localização das lojas com distinção em Lisboa. Fonte: Lojas com História. Disponível em: https://www.lojascomhistoria.pt , consultado em 25 de julho de 2019.	62
Figura 5: Cartazes de promoção dos encontros para o projeto Lojas com História de Braga. Fonte: Câmara Municipal de Braga. Consultado em 15 de outubro de 2019. Disponível em < https://www.cm-braga.pt/pt/1301/home/agenda/item/item-1-7344 >.....	74
Figura 6: Logo do Programa Comércio com História. Fonte: Direção Geral das Atividades Económicas. Disponível em: https://www.dgae.gov.pt , consultado em 25 de julho de 2019...	76
Figura 7: Placa com distinção dos Comércios Centenários de Madrid. Fonte: Site dos Comércios Centenários. Consultado em 14 de outubro de 2019. Disponível em < http://www.comercioscentenariodemadrid.es/index_esp.html >.....	80
Figura 8: Mapa da Cidade do Rio de Janeiro com a delimitação das áreas protegidas pelo Programa Corredor Cultural. Fonte: Consultado em 08 de agosto de 2019. Disponível em: < http://www.multirio.rj.gov.br/index.php/leia/reportagens-artigos/reportagens/993-mapa >85	
Figura 13: Uma das montras criadas na Au Petit Peintre, com objetos antigos e a foto dos primeiros proprietários. Fonte: Arquivo pessoal – 06 de junho de 2019	89

Figura 14: Café Bertrand localizado na Livraria Bertrand do Chiado. Fonte: Livraria Bertrand.

Consultado em 24 de outubro de 2019. Disponível em:

<<https://www.bertrand.pt/template/livraria-bertrand-do-chiado>> 91

Figura 15: Forro metálico da A Carioca. Fonte: Arquivo pessoal – 06 de junho de 2019 92

Figura 16: Azulejos decorados com motivos florais. Fonte: Arquivo pessoal – 06 jun. 2019 ... 108

Figura 17: Piso em mármore negro e branco com soleira em mármore rosa. Fonte: Arquivo
Pessoal – 06 jun. 2019..... 108

Figura 18: Cerâmica em relevo. Fonte: Arquivo Pessoal – 06 jun. 2019 109

Figura 19: Piso em mármore branco e negro. Fonte: Arquivo Pessoal – 06 jun. 2019 111

Figura 20: Boiserie, sanca e moldura decorativa no teto. Fonte: Arquivo pessoal – 06 jun. 2019
..... 111

Figura 21: Boiserie de canto. Fonte: Arquivo Pessoal – 06 jun. 2019 112

Figura 22: Espelho com pintura floral e o ano de fundação da loja. Fonte: Arquivo Pessoal – 06
jun. 2019..... 112

Figura 23: Peças antigas e fotografia dos fundadores. Fonte: Arquivo Pessoal – 06 jun. 2019 113

Lista de acrónimos, siglas e abreviaturas

AHRESP – Associação da Hotelaria, Restauração e Similares do Portugal

BID – Business Improvement Districts

CML – Câmara Municipal de Lisboa

DGAE – Direção-Geral das Atividades Económicas

DGPC – Direção Geral do Património Cultural

DoCoMoMo - Documentação e Conservação dos edifícios, sítios e bairros do

EGEAC – Empresa Municipal de Gestão de Equipamentos e Animação Cultural

FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia

I&I – Agenda de Investigação e Inovação

ICAB – Ordem dos Advogados de Barcelona

ICOM – Conselho Internacional dos Museus (*International Council of Museums*)

ICOMOS – Conselho Internacional de Monumentos e Sítios (*International Council of Monuments and Sites*)

IMI – Imposto Municipal sobre os Imóveis

IPPC – Instituto Português do Património Cultural

NRAU – Novo Regime do Arrendamento Urbano

OesteCIM – Comunidade Intermunicipal do Oeste

OMT – Organização Mundial de Turismo

ONU – Organização das Nações Unidas

PROCOM – Programa de Apoio à Modernização do Comércio

SAARA – Sociedade dos Amigos e Adjacências da Rua da Alfândega

UE – União Europeia

UNESCO – Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (*United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*)

Movimento Moderno (*Documentation and Conservation of building, sites and neighborhoods of the Modern Movement*)

UACS – União das Associações de Comércio e Serviços

Capítulo 1 - Introdução

1.1. Apresentação e contextualização do tema

A história desta dissertação sobre lojas com história começa há mais de 30 anos, num pequeno bairro do subúrbio carioca. Naquele lugar crescia uma menina, filha e neta de comerciantes, que sem saber já estava a ambientar-se com o que seria parte fundamental de seu futuro. Ao pé da sua casa havia comércio cujos proprietários falavam de maneira diferente, com uma forma muito singular daquela mesma língua. Havia a Senhora Iria, da quitanda, o Luciano, moço bonito do talho, que tinha orgulho em dizer que “*era mesmo dos Açores*” e o Senhor Fernando, o dono da padaria que leva até hoje, o nome de sua terra natal: Moimenta da Beira. Havia ainda um outro vizinho, que embora não fosse português, ouvia todos os dias “Nem às paredes confesso”, que bem recentemente foi descoberta pela menina, ser uma obra prima do Fado, na voz de Amália Rodrigues.

E foi lá, naquele pedaço de chão do Rio de Janeiro, que sem querer nasceu no coração da menina, o gosto pelo património português. A menina virou mulher, que virou arquiteta, que ama história e património, e por esse amor se viu na obrigação de buscar mais conhecimento na área. Ela quer a todo o custo, preservar o património histórico, para dar a possibilidade às próximas gerações de conhecer e vivenciar sua história, pois um povo sem história é um povo sem futuro. E assim ela imigrou e conheceu a azulejaria, e o pastel de nata, e ainda conheceu o Elétrico 28, o Tejo, Lisboa, conheceu e escolheu Portugal. Após o fim da crise, na primeira metade da atual década, Portugal tem encontrado boas soluções para a melhoria de sua economia, muitos investimentos foram feitos no país, tornando-o um lugar seguro e estável. Além desses motivos, suas belezas naturais, históricas, culturais e sua gastronomia atraem diariamente muitos turistas.

Desde o ano de 2017, Portugal é considerado um ponto focal do mundo, principalmente no setor turístico: Ganhou o *World Travel Awards*¹ de 2017, 2018 e 2019,

¹ Os World Travel Awards são prémios atribuídos desde 1993 e decorrem ao longo do ano em rondas regionais e em uma gala onde são premiados os melhores do mundo. Em 2018 Portugal foi eleito o melhor destino turístico do mundo. Nas regionais, entre outras várias distinções, já é pelo

como melhor destino turístico Europeu, e em 2018 também como o melhor destino turístico do Mundo. Ganhou o *World Golf Awards* de 2017 e 2018, além de premiações como o *Melhor Organismo Oficial de Turismo* da Europa e na área da Inovação e Políticas Públicas com o *Projeto Tourism Training Talent*. Em junho de 2019, na Gala que aconteceu na Ilha da Madeira, Portugal foi novamente agraciado com premiação do World Travel Awards, recebendo os prêmios de Melhor Destino Europeu², Melhor Destino City Break e Melhor Porto de Cruzeiros para Lisboa, a Madeira foi eleita o Melhor Destino Insular, dentre outros, que totalizaram 39 prêmios (3 a mais que em 2018).

A sua gastronomia também foi agraciada com estrelas Michelin, tem cinco de suas praias no Top 15 das praias consideradas as mais bonitas do mundo e abriu suas portas para receber o Primeiro Ano Europeu do Património Cultural, iniciativa da União Europeia, com o objetivo de promover a diversidade, o diálogo intercultural e a coesão social, e chamar atenção para a função da cultura e do património no desenvolvimento social e económico na Europa e na suas relações externas e motivar os cidadãos para valores comuns europeus.

E é assim que chegamos aqui na apresentação deste trabalho que é muito mais do que a conclusão do mestrado, é paixão transformada em palavras. É descrever o sentimento por esta terra e todo o património gentilmente oferecido por ela. É claro, não seria possível escrever sobre tudo, então foi necessário voltar às origens e falar um pouco sobre aquilo que significa meu primeiro contato com Portugal: o comércio. Não qualquer comércio. Precisa ser o comércio tradicional, “de rua”. Aquele que atende principalmente aos moradores ao seu redor, mas também tem portas abertas para todos que passarem à sua porta.

terceiro ano consecutivo o melhor destino turístico Europeu. SANTOS, Luís. *Portugal volta a conquistar o “óscar” de melhor destino da Europa*. **Público**. Lisboa, 8 jun. 2019. Disponível em: <<https://www.publico.pt/2019/06/08/fugas/noticia/portugal-volta-conquistar-oscar-melhor-destino-europa-1875846>>, consultado em 11 setembro de 2019.

² Disponível em: <<https://www.worldtravelawards.com/nominees/2019/portugal>>. Consultado em 23 de outubro de 2019.

O tema que nos propomos desenvolver - a patrimonialização do comércio através do projeto *Lojas com História* e a sua ligação ao património identitário de Lisboa - insere-se na Agenda temática de Investigação e Inovação para a cultura e património cultural³ (FCT, 2019) abrangendo os seus dois domínios de intervenção estratégica: a **cultura**, enquanto sistema de crenças, valores, costumes, comportamentos e artefactos, partilhados por membros de uma mesma sociedade, herdados ou transmitidos entre gerações através de processos de aprendizagem; e o **Património Cultural**, enquanto sinais materiais artísticos ou simbólicos, outorgados pelo passado a cada cultura e, portanto, legado de toda a humanidade.

Entre os desafios interdependentes identificados pelo grupo de peritos⁴ encontra-se a abordagem que pretendemos desenvolver:

- Lidar com a mobilidade urbana e com questões relacionadas com as *configurações de memória, de identidade, de pertença* e de abertura à diversidade

³ Documento criado por um grupo de peritos de diversas áreas, inserido na agenda criada para pensar a identificação, a formulação e a sistematização das grandes questões e desafios colocados neste tema num horizonte de longo prazo – até 2030. Incide principalmente sobre os aspetos relacionados com a valorização do património científico e cultural, material ou imaterial, incluindo dimensões como a sua identificação, preservação, reabilitação, classificação, digitalização, promoção e divulgação, e é estruturada em torno de quatro temas:

- Trânsitos culturais, identidades e memórias;
- Sustentabilidade e ambientes em mudança;
- Processos criativos, produção cultural e sociedade plural;
- Língua, tecnologias, cultura digital e produção de valor.

⁴ Os outros desafios são:

Gerir o território de uma forma equilibrada – O legado patrimonial dos territórios com menor densidade populacional e menor capacidade de atração, para residir ou visitar, deve ser preservado e valorizado em termos de autenticidade cultural, em contexto de desenvolvimento sustentável. Simultaneamente, é necessário inovar em termos da criação de mecanismos de atração e fixação de pessoas.

Promover as indústrias criativas e culturais – No desenvolvimento de atividades económicas ligadas à oferta de serviços culturais, com uma dinâmica assinalável, tem de se descartar a supremacia exclusiva de princípios mercantilistas, que se possam sobrepor à liberdade e oportunidade de criação e fruição culturais, à democratização da cultura.

Usar as novas tecnologias – Que vão abrir um leque de novas possibilidades: digitalização do património cultural, produção de conteúdos, comunicação e disseminação culturais, criação de plataformas digitais. A constante alteração de processos e ferramentas digitais induz dificuldades de ordem técnica, a juntar a questões de cariz político e ético.

Prestar auxílio nas emergências internacionais – Contribuir para a salvaguarda do património cultural a nível global, em situações decorrentes de conflitos, de desastres naturais e do tráfico de património cultural.

cultural, e as *dinâmicas intensas de um turismo vinculado à cultura e património, que lida com o risco de uma mercantilização acelerada e desajustada da cultura.*

- Reforçar as *abordagens multidisciplinares enquanto fator determinante para o desenvolvimento com sucesso da investigação e uma condição necessária para facilitar as respostas aos desafios patrimoniais atuais.*

O comércio tradicional tem vindo a desempenhar ao longo da história um papel essencial na fundação e desenvolvimento das cidades, e está sempre associado aos traços característicos e identificadores da matriz cultural e do imaginário de seus residentes e visitantes, cumprindo o papel não apenas de lugar das trocas, mas também como pontos de sociabilidade. O comércio traduz as transformações urbanas tanto na sua dimensão física quanto na dimensão social e cultural (FREIRE, 2010).

A existência de políticas públicas voltadas para o apoio a estas atividades económicas e dinamizadoras dos centros urbanos, também geradoras de empregos e fonte de atração de investimento e visitantes é hoje, não só um imperativo, como também uma ótima oportunidade de valorizar recursos que enriquecem a malha urbana. Assim sendo, os comércios tradicionais, além de terem seu papel económico, também são reconhecidos por sua história e podem alavancar o turismo local.

1.2. Objetivos e Metodologia

1.2.1. Objetivos

A presente dissertação tem como objetivos investigar e explorar o funcionamento do Programa *Lojas com História*, criado pela Câmara Municipal de Lisboa em 2015, visando discutir quais os benefícios e problemas identificados e responder à questão de investigação: qual o papel da patrimonialização do comércio na preservação do património cultural e identitário da cidade?

1.2.2. Metodologia

Já há algum tempo estudos, iniciativas e políticas públicas têm sido realizadas pensando na conservação do património em todo o mundo, mas em Portugal podemos citar a Agenda I&I da Fundação para a Ciência e a Tecnologia (FCT) e as Estratégias para a Cultura da Cidade de Lisboa, produzidas pela Câmara Municipal.

Para estudar o comércio de rua classificado pelo Projeto *Lojas com História* vamos realizar uma pesquisa qualitativa exploratória de estudo de caso, que de acordo com GIL (1987) é a abordagem indicada para aprimorar ideias ou descobrir intuições. O estudo exploratório é bastante usado quando ainda há pouco conhecimento sobre o tema abordado (AAKER *et al*, 2004), visando analisar e compreender o projeto em questão, identificar os seus pontos fracos e os seus pontos fortes. A pesquisa exploratória ajudará a definir e identificar os problemas que não foram percebidos no início do estudo.

A recolha de dados para a pesquisa foi feita em duas etapas: primeiro através de uma pesquisa bibliográfica em repositórios, bases de dados e em publicações periódicas disponibilizados na internet com notícias sobre as *Lojas com História* com o objetivo de familiarização com o tema e com o programa.

Valorizando o contacto direto com os principais intervenientes foram solicitadas entrevistas à Dr^a Sofia Pereira, coordenadora do Projeto Lojas com História e a Maria de Lurdes Fonseca, presidente da União de Associações de Comércio e Serviços (UACS), pedido que não foi bem-sucedido durante o período desta investigação. Por esse facto alguns dos testemunhos citados ao longo do trabalho são retirados de meios de comunicação social.

Foram feitas visitas a algumas lojas entre os meses de junho e agosto de 2019 quando foram captados alguns testemunhos de proprietários como o de José Domingues, da *Au Petit Peintre*, de Elisabete Monteiro da *Pequeno Jardim* e de António Lucas, proprietário da *Casa Achilles*, com a finalidade de se entender um pouco mais da história de cada estabelecimento e as impressões de cada um sobre o programa Lojas com História. Os detalhes sobre essas visitas estarão contidos no Anexo.

Numa segunda etapa houve a necessidade de analisar as lojas procurando detalhes arquitectónicos que contribuem para dar a esses espaços o ambiente que os torna parte da história e identidade do bairro, que os possa tornar património arquitectónico e cultural da cidade. Trabalho este por vezes fácil, porque para onde olhamos encontramos paredes, tetos, pisos, mobiliário, tudo o que nos remete a um tempo passado, mas outras vezes, se torna árduo por serem tantos os detalhes importantes e que não podem ficar de fora dessa classificação.

1.3. Planificação e organização do trabalho

Após todo esse percurso, decidimos organizar o texto em 5 capítulos, que irão detalhar cada parte necessária para a compreensão e entendimento do tema.

Capítulo 1 – Neste capítulo falaremos sobre a contextualização do tema, dos objetivos pretendidos na dissertação e a metodologia aplicada durante a investigação.

Capítulo 2 - No segundo capítulo serão discutidos os conceitos e tudo o que já foi publicado e debatido a partir do tema e seus contextos, na revisão da literatura. Serão expostas questões sobre património, identidade e memória, que serão conceitos importantes para o entendimento do trabalho, além das premissas de preservação desses bens patrimoniais, como: revitalização, requalificação e renovação urbana, e as legislações necessárias para o entendimento do mesmo. Serão citadas as convenções criadas com o intuito de proteger e conservar o património e os documentos que surgiram a partir desses encontros.

Capítulo 3 – No terceiro capítulo falaremos sobre o Programa Lojas com História, ponto de partida para essa investigação. Serão explicitados todos os pontos do programa, a legislação criada pela Câmara Municipal de Lisboa, formas de candidatura, benefícios para comerciantes e proprietários de imóveis. Será neste capítulo que analisaremos o programa, sua vantagens e desvantagens, e seus fracassos.

Capítulo 4 - Este capítulo será dedicado às outras medidas protetivas em Portugal, visitando projetos espalhados por Portugal Continental e algumas iniciativas já

tomadas nas Ilhas, e em alguns exemplos internacionais, nomeadamente em Espanha e no Rio de Janeiro.

Capítulo 5 – Conclusão: neste capítulo discute-se os resultados da investigação e proporemos sugestões para que o projeto Lojas com História, da Câmara Municipal de Lisboa, possa continuar a beneficiar, não só os lojistas e o comércio tradicional, mas à toda população que se beneficiará com a preservação de seu património cultural e identitário local.

Capítulo 2 - Revisão da Literatura

2.1. Abordagens e contextos sobre a preservação do património cultural enquanto património identitário

No seu livro *O último capítulo da arquitetura moderna*, Leonardo Benevolo dedicou algumas observações e preocupações sobre a preservação do património cultural, e destaca alguns procedimentos teóricos e práticos que começavam a ser desenvolvidos em centros históricos (BENEVOLO, 1985). Após mais de 30 anos, podemos perceber que houve um avanço no sentido de preservar esses patrimónios, e também notamos que atualmente o património cultural abrange muito mais do que antes, constituindo-se de bens móveis, imóveis, tangíveis e intangíveis. No caso da arquitetura podem ser considerados patrimónios: edifícios, monumentos, sítios históricos, paisagens urbanas e rurais, conjuntos arquitetónicos, centros urbanos ou até mesmo cidades.

Segundo Carolina Oliveira (2003), essa definição começou em meados da década de 60 quando foi redigida a Carta de Veneza⁵ (1964) reforçando a ampliação do conceito de Monumento. Contudo a ideia de preservação ainda estava ligada a edifícios isolados. Somado a isso, a urbanização acelerada acabou por alterar os centros urbanos

⁵ Carta de Veneza é uma carta internacional sobre a conservação e o restauro de monumentos e sítios, registada durante o II Congresso Internacional dos Arquitetos e Técnicos dos Monumentos Históricos em Veneza, no ano de 1964 e adotada pelo ICOMOS em 1965.

contribuindo assim, para a degradação dessas áreas e o desaparecimento de alguns de seus patrimónios.

Com o passar dos anos e o aumento da consciencialização – e das investigações– sobre a preservação do património cultural, iniciou-se uma discussão e a introdução de novos conceitos:

- a *Revitalização* – que apresenta o seu foco na intervenção física das áreas urbanas degradadas, resgatando a vitalidade social e recuperando a economia local, e sua sucessora
- a *Requalificação urbana*, que se foca na adaptação das zonas degradadas às atividades contemporâneas, ressurgindo como espaços competitivos e fortalecidos economicamente, acomodados em seu atual contexto urbano (OLIVEIRA, 2003).

O conceito de requalificação surge em 1995 na Carta de Lisboa⁶, e é o termo mais próximo de Reabilitação⁷ onde refere-se à Reabilitação Urbana e é descrito como uma estratégia de gestão urbana que procura requalificar a cidade existente através de intervenções múltiplas destinadas a valorizar as potencialidades sociais, económicas e funcionais a fim de melhorar a qualidade de vida das populações residentes; isso exige melhoramento das condições físicas do parque construído pela sua reabilitação e instalação de equipamentos, infraestruturas, espaços-público, mantendo a identidade e as características da área da cidade a que dizem respeito (LOPES & CORREIA, 2004).

A Reabilitação Urbana refere-se aos bairros residenciais degradados, procurando manter as populações locais, não priorizando as áreas abandonadas ou ocupadas por grupos sociais marginalizados. Nestes casos, a Carta de Lisboa sugere a Reabilitação orientada para Requalificação ou Revitalização (LOPES & CORREIA, 2004).

⁶ Documento criado no I Encontro Luso-Brasileiro de Reabilitação Urbana, realizado em Lisboa, em outubro de 1995, após dois congressos anteriores o I Encontro de Reabilitação Urbana em Lisboa, em março de 1993 e outro acontecido no Rio de Janeiro em abril de 1994. Esta Carta tem por finalidade formar uma linguagem comum, com as necessárias adaptações nacionais, para o estabelecimento dos grandes princípios que deverão nortear as intervenções, bem como dos caminhos para sua aplicação.

⁷ Termo surgido na Itália, na proposta de intervenção para a cidade de Bolonha na década de 60 (CERVELLATI, 1976).

Ainda de acordo com a Carta de Lisboa, são definidos outros conceitos:

- *Renovação Urbana* – Ação que implica a demolição das estruturas morfológicas e tipológicas existentes numa área urbana degradada e a sua consequente substituição por um novo padrão urbano, com novas edificações, atribuindo uma nova estrutura funcional a essa área. Esta estratégia se desenvolve sobre tecidos urbanos degradados aos quais não se reconhece valor como património arquitetónico ou conjunto urbano a preservar.

- *Revitalização Urbana* – Ação que engloba operações destinadas a relançar a vida económica e social de uma parte da cidade em decadência. Esta noção, próxima da reabilitação urbana, aplica-se a todas as zonas da cidade sem ou com identidade e características marcadas.

- *Requalificação Urbana* – Ação que se aplica sobretudo a locais funcionais da “habitação”; trata-se de operações destinadas a tornar a dar uma atividade adaptada a esse local e ao contexto atual.

Ainda no contexto das iniciativas para proteção do património cultural, em 22 de fevereiro de 2017, o Comitê de Ministros do Conselho Europeu aprovou o documento *Estratégia do Património Cultural Europeu para o Século XXI*. Essa iniciativa acompanha o trabalho pioneiro desenvolvido em 1975 que culminou com a publicação da Carta Europeia do Património Arquitetónico – a Carta da Amesterdão, que levou a uma crescente consciencialização a nível europeu da importância do património e da adoção de políticas integradas de património em todos os países membros (CONSELHO EUROPEU, 2018).

Além da Carta de Amesterdão, outros documentos serviram de base para a nova convenção:

- A Convenção Cultural Europeia, assinada em Paris no dia 19 de dezembro de 1954;
- A Convenção para a Proteção do Património Arquitetónico da Europa, assinado em Granada no dia 3 de outubro de 1985;

- A Convenção Europeia de Proteção do Património Arqueológico, assinada em Valleta no dia 16 de janeiro de 1992;
- A Convenção Europeia de Paisagem, assinada em Florença no dia 20 de outubro de 2000;
- A Convenção do Conselho Europeu sobre o valor do Património Cultural para a Sociedade, assinada em Faro no dia 27 de outubro de 2005.

É de grande importância salientar a contribuição dessas convenções para a criação de referências que servem de base para a formação de políticas nacionais no campo do património cultural e que aumentam a consciência de que a proteção, a conservação, a promoção e valorização do património cultural ajuda a criar sociedades mais inclusivas e justas, baseadas nos princípios da constituição de um legado comum aos povos europeus, assim como as políticas patrimoniais contribuem para a melhoria do meio ambiente e da qualidade de vida das pessoas, além de desempenhar um papel significativo no reforço do tecido social e avanço económico.

Para que aconteçam de forma plena as estratégias desenvolvidas pelo Conselho Europeu, são feitas algumas recomendações aos Estados-Membros:

- Abraçar e implementar a estratégia nos níveis adequados de governança, em conformidade com as leis nacionais aplicáveis;
- Distribuir amplamente a estratégia entre governos e entidades não-governamentais interessadas, autoridades regionais e locais, profissionais, associações locais e sociedade civil e incentivá-los a participar ativamente na promoção da implementação da estratégia e para o alcance de seus objetivos;
- Registrar exemplos de boas práticas;
- Assegurar o acompanhamento do processo de avaliação, que é um componente importante para a estratégia e sua implantação.

A Estratégia para o Património Cultural Europeu está apoiada em três componentes prioritárias: a *componente social*, que aproveita os ativos do património para promover a diversidade e o empoderamento das comunidades patrimoniais; a

componente do desenvolvimento territorial e económico, que busca fortalecer a contribuição do património para o desenvolvimento sustentável, com base em recursos locais, turismo e empregos, e a *componente do conhecimento e educação*, que é desenvolvido, através da educação patrimonial ao longo da vida e através do estabelecimento de centros de conhecimento e formação em ofícios e profissões ligadas ao património.

De acordo com a Estratégia para o Património Cultural Europeu, os Estados-Membros do Conselho da Europa e os demais Estados que fazem parte na Convenção Cultural Europeia são encorajados a cumprir a agenda, de acordo com seus respectivos sistemas constitucionais e a tomar todas as medidas necessárias para atingir seus objetivos. Mesmo que algumas medidas já estejam em vigor, as novas iniciativas podem ser necessárias para implementar as recomendações contidas no documento e os Estados-Membros devem prestar assistência mútua, sob a forma de troca de experiências, conhecimentos, pesquisas e boas práticas. Existe um banco de dados denominado HEREIN, que já fornece exemplos de boas práticas, e os Estados são convidados a consultar este banco de dados e complementá-lo com suas próprias experiências.

Anteriormente, quando nos referimos às componentes de base da estratégia, denominamo-las social, desenvolvimento territorial e económico e conhecimento e educação. É importante destacar os desafios da Estratégia para cada componente, para que saibamos os benefícios buscados para as pessoas da comunidade europeia. Na área da componente social, os desafios são:

- Viver em paz
- Melhorar a qualidade de vida
- Contribuir para o bem-estar e a boa saúde das pessoas
- Preservar a memória coletiva
- Estabelecer boa governança
- Promover a gestão participativa

- Otimizar a implementação das convenções
- Promover uma abordagem inclusiva do Património

Já no setor do desenvolvimento territorial e económico, os desafios a serem cumpridos são:

- Construir uma sociedade mais inclusiva e coesa
- Desenvolver a prosperidade da Europa, recorrendo aos seus recursos patrimoniais

- Garantir uma alta qualidade de vida para o povo europeu
- Implementar o princípio da integração
- Integrar a ideia de património nas estratégias e programas de desenvolvimento sustentável

- Desenvolver a capacidade dos serviços públicos de abordar questões espaciais sustentáveis e questões de desenvolvimento por meio de um melhor uso do património

- Preservar e desenvolver a capacidade dos serviços públicos de lidar com os problemas do património

- Aumentar o uso do património

Já no âmbito do conhecimento e educação, os desafios são:

- Ajudar a promover uma sociedade de conhecimento partilhado
- Identificar, preservar, transmitir e partilhar conhecimentos e habilidades do património

- Sensibilizar para os valores transmitidos pela herança de outras gerações
- Garantir que as partes interessadas do património tenham acesso e treinamento ao longo da vida

- Garantir um alto nível técnico para todos os ofícios patrimoniais
- Apoiar, fortalecer e promover a cooperação intergovernamental

- Incentivar a pesquisa do património
- Engajar e comprometer os jovens com o património

2.2. O comércio e sua patrimonialização

A segunda maior atividade económica da Europa e setor fundamental para o desenvolvimento e a sustentabilidade das cidades, através da criação de postos de trabalho e ações de integração social, o comércio tem sofrido um grande aumento da competitividade a nível europeu, principalmente devido à introdução da moeda única, como também a nível internacional com a importação de produtos de outros países, cuja produção apresenta valores menores.

A forma como é feito o comércio também vem mudando ao longo do tempo, indo cada vez mais para as periferias e localizando-se em grandes superfícies: os centros comerciais, onde se encontram muitos tipos de artigos num só local, para além do horário alargado em relação ao comércio de rua.

Para que não seja perdida a prática tradicional do retalho, é necessário pensar em meios para a sua salvaguarda. E para patrimonializar o comércio, é preciso pensá-lo além do enfoque económico, é preciso compreendê-lo como uma empresa cultural e que repercute comportamentos antropológicos (GODELIER, 1974).

A União Europeia lançou em 1997 o “Livro Verde sobre o Comércio” que detalha o papel da União Europeia e seus Estados-Membros na gestão e desenvolvimento do setor comercial, definindo as ações para manter os níveis de competitividade até então estabelecidos (RÊGO, 2016). São abordadas diferentes formas de cooperação comercial sobretudo com ênfase no Comércio Organizado Independente, que combina a flexibilidade e o serviço das pequenas lojas, oferecendo simultaneamente os benefícios de uma logística eficiente associada às estruturas maiores (COMISSÃO EUROPEIA, 1997).

Em junho do ano 2000, foi realizado o *Congresso Mundial de Gestão de Centro de Cidade*, em Londres, onde mais uma vez foi demonstrado o interesse europeu em implementar medidas para a melhoria da gestão dos centros. Participaram deste evento

22 países, representados por 600 delegados, que discutiram o papel de cada ator no desenvolvimento da estratégia para a revitalização dos centros históricos de cada cidade. Foi neste congresso que foi possível identificar as principais ameaças à revitalização e criar uma estratégia global para a salvaguarda destes patrimónios.

Assim, de acordo com a perspetiva desenvolvida por ABREU (2018), algumas das dimensões que um estudo do comércio numa perspetiva patrimonial pode desenvolver devem ser as seguintes:

Na área do Património material – O que preservar? Como preservar?

- Estrutura: arruamentos, edifícios, lojas
- Objetos: mobiliário, máquinas, utensílios, fardas, catálogos
- Escrituração: diário, razão, balancete, faturas

Na área do Património imaterial – O que recolher? Como recolher?

- Sociabilidade: formas de tratamento e de cortesia
- Autoridade: relações de consenso vs. relações de conflito
- Memórias: celebrações, homenagens, discursos
- Cultura Popular: terminologias específicas, pregões

Quando falamos sobre a patrimonialização do comércio, precisamos ter atenção em como esta pode ser feita para que o efeito não seja o contrário ao esperado. Segundo Jean Davallon “... o erro mais comum cometido sobre património é acreditar que o passado representado pelo objeto é limitado a fatos históricos. Se o objeto nos toca, é porque nos conecta a um mundo de origem que é um mundo social (...) o mundo dos homens que o produziram, usaram, codificaram, embelezaram; pelo contrário, é saqueado ou destruído.”⁸

⁸ Citação de Jean Davallon retirada de “O presente do património: uma abordagem de comunicação sobre a propriedade do património”, (TARDY e DODEBEL, 2015)

Numa série de trabalhos onde analisou a problemática da transmissão patrimonial, Davallon identificou o que chama de seis gestos fundadores da do conceito *fábrica do património*. São eles:

1. A descoberta do objeto como “achado”
2. A certificação de origem do objeto
3. O estabelecimento da existência do mundo de origem
4. A representação do mundo de origem pelo objeto
5. A celebração do objeto “achado” pela sua exposição
6. A obrigação de o transmitir às gerações futuras

No primeiro passo, quando ocorre o achado, é também o momento instaurador da identificação de valor que define o processo de Patrimonialização.

No segundo passo, ocorre quando o valor patrimonial não está no objeto, ele detém o valor patrimonial, e precisa ser certificado como autêntico.

O passo seguinte, é quando ocorre o reconhecimento do mundo de onde o objeto é originário.

Já no quarto passo, ocorre a mudança de estatuto do objeto, ou seja, é através dessa mudança que o objeto adquire valor patrimonial.

No quinto passo, ocorre a celebração expositiva do objeto. A exposição pública celebra o achado do objeto e o conhecimento que permitiu identificar sua origem, história e funções iniciais.

No sexto e último passo, ocorre a conscientização do dever de preservar o objeto e de o transmitir às gerações futuras.

O autor afirma ainda que o processo de patrimonialização consiste num duplo movimento, ou seja, precisa restaurar a continuidade entre o mundo presente e o passado. E o elo entre esses mundos é o objeto achado. O primeiro movimento é fazer o objeto voltar ao mundo original, consiste em recriar cientificamente um vínculo com este mundo de origem – e a ciência atesta a autenticidade desta conexão. O segundo movimento volta do mundo de origem para o presente, atribuindo àquele objeto o status de representante daquele mundo original.

Enquanto o primeiro movimento atende aos requisitos da ciência, o segundo obedece a uma lógica simbólica. O valor dado ao objeto foi por ocasião da sua descoberta, e agora é-nos transmitido. Tornamo-nos, assim herdeiros daquele património e nos comprometemos em repassar a outras gerações (DAVALLON, 2002). Assim, a atribuição de valor patrimonial deriva de uma lógica inversa, estabelecida por quem herda e não por quem lega. Esse pensamento indica que, se cabe ao destinatário escolher os bens e as tradições a valorar e preservar, essa escolha será condicionada por valores e interesses induzidos pelo contexto em que o processo de patrimonialização ocorre.

Já para Amougou (2004), a patrimonialização pode ser interpretada como um processo social pelo qual agentes sociais independentes conferem a um objeto, a um espaço (arquitetónico, urbanístico ou paisagístico) ou a uma prática social (linguagem, rito, mito) um conjunto de propriedades ou valores reconhecidos e compartilhados, primeiro pelos agentes legítimos e depois transmitidos a todos os indivíduos, através do mecanismo de institucionalização, individual ou em grupos, necessários à sua preservação, ou seja, à sua legitimidade duradoura, numa configuração social específica.

Diferentemente de Davallon, Amougou não concebe a patrimonialização como conceito técnico e nem como uma responsabilidade meramente política. Para ele, a patrimonialização não pode ser concebida nem praticada à margem dos condicionalismos socioculturais.

Os aspetos mais importantes do modelo de patrimonialização defendido por Amougou encontram-se esquematizados na Figura 1:

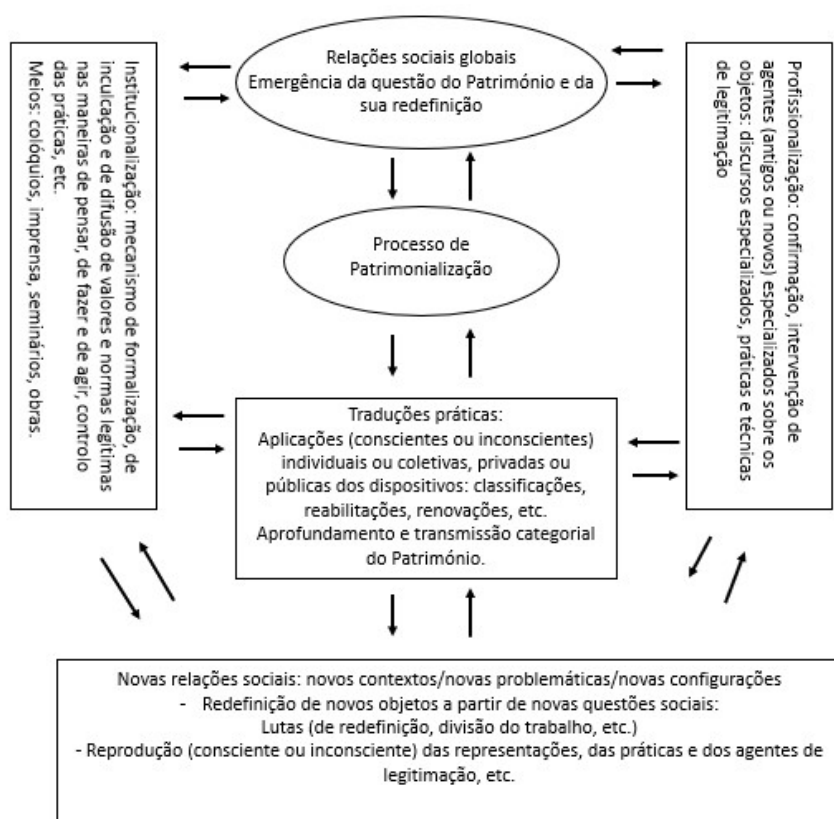


Figura 1: E. Amougou, Processo de Patrimonialização – Modelo Estrutural e Funcional, 2004. Retirado de ABREU, 2018.

Pensar na patrimonialização dos espaços comerciais constitui um passo importante na evolução da consciência patrimonial, de que é um exemplo o caso de Barcelona, onde foram criadas políticas de proteção para estabelecimentos emblemáticos, reconhecendo-os como património cultural e imaterial. Essa medida foi tomada depois de uma iniciativa do governo anterior só preservar a paisagem urbana daquele sítio, mas sem se preocupar com o que acontecia dentro das lojas. Em 2011 alguns empreendedores desses estabelecimentos criaram a Associação dos Estabelecimentos Emblemáticos de Barcelona, com a união de aproximadamente 50 comerciantes.

Recentemente, a Secretária Municipal de Ecologia, Urbanismo, Infraestrutura e Mobilidade, suspendeu 31 licenças de obras em comércios históricos, a fim de proteger

os estabelecimentos emblemáticos contras o efeito das franquias de grandes superfícies⁹.

Existe, no entanto, uma preocupação sobre o resultado do processo de patrimonialização de um espaço: a exclusão de parte da sua população. De acordo com SIMÃO e CAVALLAZZI (2017), a gentrificação causada pelo turismo, por atividades excessivamente elitizadas, retira dos moradores a possibilidade de permanecer no seu território. Em situações de intenso processo de aumento do turismo e de cenarização dos sítios protegidos, verifica-se a possibilidade de ocorrer um distanciamento dos moradores em relação aos seus lugares, excluindo-os, inclusive, das oportunidades decorrentes da potencialização económica.

2.3. Parceria Público Privada para a sustentabilidade dos centros históricos

A necessidade de proteger e revitalizar os centros históricos e as suas atividades culturais, fez surgir iniciativas que uniram em parceria os setores público e privado.

Na década de 70 foi criado em Toronto, no Canadá, um instrumento financeiro de suma importância para a revitalização comercial de seus centros urbanos: Os Business Improvement Districts (BID's). Essa Área de Desenvolvimento Económico constitui uma área previamente definida, na qual os proprietários comerciais pagam um imposto que assegura a existência de serviços de interesse comum a todos, tais como manutenção, limpeza, segurança e marketing, como podemos ver na Tabela1:

⁹ Notícia de José Luis Escalante, de 12 de julho de 2019, para o Jornal *Crónica Global*. Consultado em 29 de outubro de 2019. Disponível em: https://cronicaglobal.elespanol.com/politica/janet-sanz-barcelona-protege-establecimientos-emblematicos-franquicia_260712_102.html>

Principais vantagens oferecidas pelos BID's	
Manutenção	Limpeza das ruas, recolha de lixo, remoção de neve, serviço de jardinagem
Segurança	Instalação de equipamentos eletrónicos de segurança e aumento da segurança local
Publicidade	Promover eventos, melhorar a imagem da área e fazer campanhas publicitárias
Recrutamento e Retenção de Investimentos	Oferta de incentivos financeiros para captação de novos investimentos e promoção económica da área
Regulamentação do Espaço Público	Gestão das vendas de rua, instalação de mobiliário urbano e de zonas de carga e descarga
Gestão dos Estacionamento e Transportes	Manutenção das paragens de autocarro e promoção do uso compartilhado do transporte privado
Desenho Urbano	Programa de melhoria das fachadas
Serviços Sociais	Promoção de estágios e programas de ajuda aos sem abrigo

Tabela 1: Vantagens oferecidas pelos BID's (Adaptação de Balsas, 2002)

Segundo BALSAS (2002), esse modelo parte da iniciativa dos comerciantes e visa enfrentar o declínio comercial que surge com o aumento de ofertas das novas superfícies comerciais, localizadas nas periferias das cidades. Após o recolhimento dos fundos de todos os proprietários de comércio, com base num orçamento anual determinado pela autarquia local, estes são entregues a uma organização responsável pela gestão do BID que corresponde, de modo geral, a uma organização privada sem fins lucrativos ou a uma parceria público-privada que é selecionada através do conselho de administração. Este conselho inclui os donos das propriedades, comerciantes, residentes e representantes da autarquia local. (BALSAS, 2002).

Outra iniciativa de conservação dos centros históricos a ser referida, é o *Main Street Program*, ou Programa da Rua Central, que foi criado pelo National Trust for Historic Preservation no ano de 1977, e visa o desenvolvimento de uma estratégia de revitalização e preservação para o centro histórico e seu comércio. Esse programa subdivide-se em quatro áreas: A *reestruturação económica*, que visa fortalecer a base económica e captar novos investimentos; A *organização*, com a função de coordenar as ações de revitalização e cooperação; A *promoção*, função de grande importância para tirar partido do valor histórico e cultural da área e promover o seu comércio local; O *design*, que tem como objetivo requalificar as ruas e as zonas externas.

Baseado nestes quatro pilares, o Programa da Rua Central permite uma maior adaptabilidade da comunidade de acordo com seu ritmo e os recursos disponibilizados.

Por fim, devemos ainda referir o *Town Centre Management*, ou Gestão do Centro da cidade, que defende a gestão comercial centralizada e no estabelecimento de uma estrutura organizacional que una os setores público e privado com o objetivo de preservar a qualidade dos centros históricos enquanto destinos comerciais. O programa surgiu no Reino Unido como resposta ao declínio económico dos centros históricos e como complemento aos serviços oferecidos pelas autarquias locais, sendo mais tarde divulgado em outros países europeus.

Pensando em estratégias para salvaguardar os seus centros históricos e comércios locais, Portugal criou através do Decreto-Lei nº. 184/94 de 1 de julho, o Programa de Apoio à Modernização do Comércio (PROCOM), financiado pelo Estado

com o apoio do Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional e visava apoiar projetos de investimento das empresas do comércio e dos serviços, num esforço para a modernização destas atividades.

O PROCOM é baseado em três áreas distintas: (1) *o apoio e à dinamização* das empresas, através de sua expansão e inovação, e individualizando cada empresa; (2) *o incentivo a ações de promoção da cooperação* empresarial, aumentando o associativismo das empresas e, (3) *o reforço das estruturas associativas do setor* e da sua capacidade de intervenção junto das empresas e colaboradores. Nesta área também se defende a modernização do comércio, do urbanismo e das novas tecnologias. Assim sendo, o PROCOM visava a promoção do desenvolvimento sustentado da competitividade das empresas do setor comercial no quadro de uma estratégia coerente de modernização da sua atividade através do efeito reprodutor dos investimentos no desenvolvimento e ordenamento do setor.¹⁰

Já no ano 2000, foi criada uma nova iniciativa para revitalização do comércio tradicional dos centros históricos: o *URBCOM*, que resultou dos impactos do PROCOM, dando continuidade a seu trabalho, mas de forma mais detalhada e com áreas de ação reduzidas. Trouxe a modernização dos estabelecimentos, formação profissional dos recursos humanos e uma nova postura na gestão integrada dos centros tradicionais de comércio (RÊGO, 2016).

2.4. Políticas públicas de Lisboa

Para compreender o surgimento do Projeto *Lojas com História* devemos considerar a evolução das políticas culturais locais, que teve início em meados dos anos 1980 com um padrão de intervenção municipal estruturado em três eixos principais: *a defesa e a valorização do património, o desenvolvimento de uma oferta local e a formação de públicos culturais* (SILVA, BABO, GUERRA, 2013). Ainda segundo os autores, nos anos mais recentes, esse padrão tem sido utilizado em vários municípios, que, sem pôr em causa nenhum dos três eixos citados anteriormente, desenvolveram várias

¹⁰ De acordo com os pontos nº 1 e 2 do Decreto-Lei nº. 184/94.

políticas locais respondendo a estímulos e incentivos exógenos, nacionais ou europeus, e em alguns casos também à influência de agentes culturais locais.

Ao investir-se mais na análise das políticas públicas, devem ser estudadas as formas como se integram e articulam no conjunto das políticas públicas autárquicas, como interagem com os meios sociais e territoriais sobre que se exercem e como dialogam com os respetivos campos culturais (SILVA, BABO e GUERRA, 2015). Para os autores, é importante analisar o discurso político sobre a cultura e a política cultural e perceber as ligações entre os vários níveis e setores da política e da administração pública portuguesa aprofundando os estudos e aplicando modelos mais económicos e sociologicamente enriquecidos.

Na tabela 2 podemos ver o modelo apresentado pelos três autores. O modelo considera quatro níveis principais: a *caracterização do contexto*, a *ligação entre as dinâmicas de contexto às políticas culturais*, *política cultural* e o seu *desenvolvimento e identificação e avaliação dos resultados da política cultural, a nível local e regional*.

Modelo de análise intensiva da política cultural local		
I. Contexto local:	1. Dinâmicas do Sistema Político:	(i) dimensão e localização do(s) município(s); (ii) dinâmicas de cooperação intermunicipal; (iii) atores políticos; (iv) atores politicamente relevantes, tais como grupos de interesse, média, associações cívicas...; (v) representação dos, e competição entre partidos políticos;

	<p>(vi) interação com atores políticos regionais e nacionais;</p> <p>(vii) posicionamento perante políticas nacionais e europeias, respetivas orientações e recursos; ...</p>
<p>2. Dinâmicas do Sistema Social:</p>	<p>(i) composição da população, por géneros, grupos etários, grupos profissionais, classes, níveis de instrução...;</p> <p>(ii) estado e variação da procura de bens e atividades culturais;</p> <p>(iii) características do tecido social e associativo;</p> <p>(iv) existência, atividades e implantação local de instituições de ensino, investigação e inovação; ...</p>
<p>3. Dinâmicas do Sistema Territorial</p>	<p>(i) configuração do sistema urbano: policêntrico e monocêntrico;</p> <p>(ii) tipologia de áreas urbanas: áreas metropolitanas, conurbações urbanas, cidades de média dimensão, cidades pequenas, núcleos rurais;</p> <p>(iii) espaço urbano, periurbano e rural;</p> <p>(iv) redes de infraestruturas e serviços;</p> <p>(v) acessibilidade e mobilidade;</p> <p>(vi) dinâmicas de regeneração e reabilitação urbana;</p> <p>(vii) redes de cidades: de proximidade, temáticas, etc.; ...</p>

	<p>4. Dinâmicas do Sistema de recursos e atividades culturais:</p> <p>(i) recursos culturais locais, nos domínios do património, artes e indústrias culturais;</p> <p>(ii) formas e volumes de capital humano, social, cultural e simbólico, mobilizáveis localmente;</p> <p>(iii) características e dinâmicas do meio artístico e criativo local e seu posicionamento no campo nacional e internacional;</p> <p>(iv) dimensão e características dos mercados locais de bens e serviços culturais;</p> <p>(v) formas de interação entre o meio artístico, o meio económico, as instituições sociais e o sistema político local;</p> <p>(vi) implantação territorial do meio artístico e cultural, eventualmente sob a forma de "cenas", "bairros", "distritos" ou "quarteirões culturais";</p> <p>(vii) eventuais dinâmicas de clusterização; ...</p>
<p>II. Fatores intermédios:</p>	<p>1. Referências políticas, ideológicas e programáticas da vereação.</p> <p>2. Condição socioprofissional, condição geracional, capital escolar, cultural e social, e demais atributos sociais dos eleitos responsáveis pela política cultural.</p> <p>3. Existência, dimensão e envergadura da tecnoestrutura cultural municipal.</p> <p>4. Existência e ação de redes locais de influência social e política.</p>

	<p>5. Contributos para a política local provenientes do meio artístico e cultural local.</p> <p>6. Programas regionais, nacionais e europeus disponíveis.</p> <p>7. Ação e influência de consultores e outros peritos de planeamento e políticas públicas.</p> <p>8. Contributos exteriores à autarquia, provenientes designadamente do campo cultural nacional. ...</p>
III. Política cultural:	<p>1. Lugar e modo de integração da política cultural no conjunto das políticas locais.</p> <p>2. Finalidades, recursos, estratégias, atores e interlocutores principais da política cultural.</p> <p>3. Modelo de governança (<i>governance</i>).</p> <p>4. Fontes de financiamento, níveis de despesa, indicadores de resultado da política cultural.</p> <p>5. Discursos políticos e culturais sobre a política cultural.</p> <p>6. Projeção e acolhimento supralocal da política local. ...</p>
IV. Resultados da política:	<p>1. Resultados setoriais:</p> <p>(i) conservação e valorização do património;</p> <p>(ii) consolidação e desenvolvimento do meio cultural e artístico local;</p> <p>(iii) internacionalização do meio cultural local;</p> <p>(iv) qualificação da oferta cultural, lúdica, artística e criativa local;</p>

	<p>(v) formação e fidelização de públicos;</p> <p>(vi) criação de "ambiências", "atmosferas" e "cenas" locais;</p> <p>(vii) dinamização de segmentos de fruição cultural específicos associados a "marcas" culturais;</p> <p>(viii) constituição de emprego cultural e criativo;</p> <p>(ix) geração de ativos e dividendos económicos da produção e divulgação cultural;</p> <p>(x) efeitos de clusterização;</p> <p>(xi) indicadores de acesso e participação local; ...</p>
2.	<p>(i) integração com outras políticas setoriais e Resultados globais: particularmente com as políticas social, de educação, inovação e reabilitação urbana;</p> <p>(ii) diversificação dos recursos educativos e de aprendizagem locais, com impacto na qualificação das pessoas;</p> <p>(iii) aumento da competitividade das cidades e dos territórios, com base na diferenciação a partir de ativos específicos, designadamente culturais e simbólicos;</p> <p>(iv) contribuição para a inclusão de segmentos excluídos da população, promoção da autoestima e reforço da coesão social;</p> <p>(v) reabilitação e regeneração de ativos urbanos obsoletos e abandonados;</p>

	<p>(vi) dinamização de contextos favoráveis à criatividade e inovação, através de relações entre sistemas empresariais, científicos e tecnológicos e artísticos;</p> <p>(vii) facilitação dos processos de participação ativa e de cidadania e efeitos ao nível da governança local;</p> <p>(viii) génese de uma imagem e identidade própria; ...</p>
--	---

Tabela 2: Tabela de modelo de análise intensiva da política cultural local. Fonte: SILVA, BABO e GUERRA, 2015.

Um documento redigido pela Câmara Municipal de Lisboa, denominado *Estratégias para a Cultura da Cidade de Lisboa 2017*, mostra além das estratégias, as tendências para a cultura na cidade. Esse documento foi baseado no livro *O Mundo em 2050, do geógrafo Laurence Smith* (SMITH, 2012), que mostra a tendência do mundo até ao ano de 2050, as suas transformações populacionais e geográficas, o crescimento da população mundial, as pressões sobre o meio ambiente, o processo contínuo da urbanização e a integração económica – aumentada devido ao crescimento da globalização. Essa mesma obra mostra Lisboa entre as mais favorecidas, estando localizada no bloco mais rico, mais próspero, mais seguro e mais livre do planeta.

As estratégias culturais estabelecidas para o ano de 2017 em Lisboa, foram feitas para definir e refletir estrategicamente sobre o setor cultural da cidade, criando um diagnóstico e traçando linhas estratégicas de atuação pensando num amplo planeamento (CML, 2017). Esse estudo também teve como base um outro feito em 2008, no qual se obteve um outro diagnóstico da situação e era definida uma visão para a cidade e eixos estratégicos de intervenção na mesma.

Para o novo documento criado pela Câmara Municipal de Lisboa, foi solicitada a participação de diversos agentes culturais, institucionais e económicos da cidade, que tiveram que responder a questões sobre os pontos positivos e negativos acerca da cultura, sobre os desafios para a cultura relacionados com as transformações estruturantes da cidade e quais as medidas e soluções a sugerir.

No documento, fica clara a relação da cultura com o desenvolvimento da cidade, nas suas múltiplas dimensões, assim como a premissa de pensar nas estratégias culturais para a adesão à Agenda 21 para cultura¹¹ e todo o caminho subsequente. Também ficou mais perceptível a estreita ligação entre cultura, bem-estar e qualidade de vida.

As estratégias e a abordagem deste documento estão centradas na qualidade de vida e bem-estar dos lisboetas, sejam estes residentes ou utilizadores mais ou menos ocasionais ou permanentes da cidade. Os princípios que norteiam a criação do documento são:

- (i) Não fazer tabula rasa do passado;
- (ii) O assumir que a atuação na cultura não se faz só através de políticas explicitamente orientadas para o setor cultural;
- (iii) O reconhecer que a Câmara Municipal de Lisboa não está de todo isolada na cidade neste campo cultural;
- (iv) O ter consciência das limitações institucionais, mas não ficar bloqueado por elas;
- (v) O procurar assegurar a exequibilidade das propostas e ser seletivo nas intervenções previstas;
- (vi) E o ter consciência da imprescindibilidade de não esquecer todo o resto, ou seja, as dinâmicas quotidianas que se desenvolvem na cidade para além destas estratégias.

São evidenciadas as macrotendências para Lisboa, e é a partir delas que são tomadas as medidas para o desenvolvimento da cultura na cidade. Essas macrotendências são:

¹¹ A Agenda 21 da Cultura foi aprovada em 8 de maio de 2004 por cidades e governos locais de todo o mundo, comprometidos com os direitos humanos, a diversidade cultural, a sustentabilidade, a democracia participativa e a geração de condições para a paz. Este documento aposta por estabelecer as bases de um compromisso por parte das cidades e dos governos locais para o desenvolvimento cultural. (Disponível em <http://www.agenda21culture.net/es/documentos/agenda-21-de-la-cultura>). Acedido em 24 de setembro de 2019.

- Centralidade metropolitana em mutação
- A crise como um novo paradigma económico e aumento das desigualdades
- Demografia envelhecida e uma nova cultura urbana na cidadania
- Alterações climáticas e desafios ecológicos
- Revolução tecnológica e informacional e de intermediação
- Explosão do turismo urbano e do city use
- Novo mercado de trabalho em configuração
- Novas pressões sobre o mercado imobiliário, com a Lei do Arrendamento e os Alojamentos Locais
- Reformas políticas e reestruturações institucionais

A partir de tais transformações sofridas pela cidade, é necessário pensar sobre as dinâmicas estruturais para a evolução – sobretudo no campo cultural, transformando as lógicas de criação, produção, mediação, legitimação e fruição cultural, em diversos campos artísticos e mundos da arte (envolvendo dinâmicas relacionadas com as evoluções tecnológicas, mas também com as transformações nos modos e estilos de vida, nos valores e nas expectativas das populações (CML, 2017).

Observando mais de perto a questão das tendências culturais e urbanas de Lisboa e o que é planeado pela CML, podemos verificar a existência de preocupação com a valorização e reforço da imagem, da vivência e da memória coletiva da cidade, e na preservação e diálogo como ação estratégica sobre a articulação entre os vários tipos de instituições culturais: museus, bibliotecas, universidades, associações culturais e as lojas históricas.

Ainda citando as tendências de políticas e patrimónios, na obra “Memória e Novos Patrimónios” (TARDY e DODEBEI, 2015), as autoras evocam a expressão novos patrimónios, que habitualmente designa os patrimónios emergentes na sociedade, mas que segundo as autoras designa o património (etnológico, vivo ou imaterial) os quais os pesquisadores em ciências sociais mostram que a conceção do património não

corresponde a um património herdado, baseado na história, conservado e transmitido apenas pelas estruturas museais e patrimoniais. Elas continuam por ressaltar que, estes patrimónios chamados de novos, permitem renovar o olhar sobre todos os patrimónios, em vista de refletir sobre a memória social e sobre como ela deve fazer evoluir a conceção da patrimonialização.

A partir deste ponto, redefine-se as relações do património com o tempo, às práticas e aos sujeitos sociais. Agora definem-se múltiplas fronteiras, que geralmente são estabelecidas entre especialistas e públicos, conservação e transformação, preservação do passado e antecipação do futuro, continuidade e recontextualização, identidade e apropriação, que passam a misturar-se e convidar os pesquisadores a pôr os termos do alcance da memória social para esses patrimónios.

No caso das Lojas com História, o seu património imaterial, suscita a materialidade e os saberes para assegurar sua continuidade. Ou seja, além da conservação de sua parte física, de seu património imobiliário, seus bens móveis e inventários, há de ser pensada, em escala global, a necessidade de preservação do património da prática do comércio tradicional de rua. E, ainda de acordo com a obra citada anteriormente, isso será feito garantindo maior visibilidade em escala nacional e internacional e afirmando o seu reconhecimento cultural pelos grupos sociais.

A obra mostra a importância de se pensar num contexto de preservação do património imaterial enquanto sua história está recente, ou que ainda não tenha desaparecido, indagando o modo de construção de um conhecimento distanciado sobre uma memória que é próxima.

Para incluir todos os adjetivos impostos à memória, entendemos que seu campo de estudos pode ser nomeado “memória social”. Mas entendemos também que a memória (quer seja coletiva, cultural ou social) é uma abstração do pensamento e uma metáfora da suposição que fazemos de nossa memória individual. (GONDAR e DODEBEI, 2005)

Nos tempos atuais cada vez mais notamos a presença da tecnologia e todas as áreas, e com o património não está diferente, podemos notar que memória e

património estão cada vez mais presentes nos meios de comunicação contemporâneos. Cada vez mais se estuda sobre memórias on-line e património digital, embora ainda sejam escassas as elaborações teóricas sobre suas relações entre as práticas memorialistas e patrimoniais e as médias eletrónicas. Ora, o que estamos a dizer é que cada vez mais surgirão patrimónios virtuais, ou formas de representação de patrimónios materiais, e a forma de estudo e interpretação será alterada.

Para melhor compreensão do tema, é fundamental percebermos os pormenores e a conceituação de alguns fatores, tais como:

a. A Lei do Arrendamento e os Alojamentos Locais

Aprovado em 27 de fevereiro de 2006 sob a Lei nº. 6/2006, o Novo Regime do Arrendamento Urbano (NRAU) estabeleceu um regime especial de atualização das rendas, e alterou o Código Civil, o Código do Processo Civil, o Decreto-Lei nº. 287/2003, de 12 de novembro, o Código do Imposto Municipal sobre imóveis e o Código do Registo Predial. Mesmo com tantas modificações a reforma do arrendamento urbano de 2006 não conseguiu solucionar os principais problemas dos arrendamentos, especialmente os relacionados com os contratos com rendas anteriores a 1990, com a dificuldade de realização de obras de reabilitação em imóveis arrendados e com um complexo e moroso procedimento de despejo¹².

Para tentar resolver tais problemas, foi aprovada em 12 de novembro de 2012, a Lei nº. 31/2012, que reviu o regime jurídico do arrendamento urbano, introduzindo várias medidas a dinamizar o mercado do arrendamento, destacando-se o mecanismo de negociação entre senhorios e arrendatários na atualização das antigas rendas, anteriores a 1990, salvaguardando-se as situações de carência económica e de arrendatários com 65 ou mais anos de idade ou com deficiência grave.

Ainda de acordo com o Portal da Habitação, essas novas alterações na Lei, introduziram mudanças destinadas a dinamizar o mercado do arrendamento, das quais destacam-se:

¹² Disponível em: <<https://www.portaldahabitacao.pt/web/guest/nrau>>, consultado em 12 de outubro de 2019.

- **Maior liberdade na estipulação da duração dos contratos pelas partes –**

Nos contratos não habitacionais (caso dos estabelecimentos atendidos pelo programa Lojas com História), é mantida a liberdade das partes para estabelecerem a duração do contrato, prevendo-se que, em caso de silêncio das partes, o contrato se considera celebrado por 5 anos.

- **Maior relevo da negociação das partes na atualização das rendas antigas -**

Para os contratos não habitacionais celebrados antes de 1995 foi igualmente estabelecido um mecanismo de negociação da renda entre as partes, sem prejuízo da previsão de um período transitório de 10 anos para os casos de microempresa.

- **Novo regime para a realização de obras em prédios arrendados -**

O regime da Lei n.º 31/2012, de 14 de agosto, de denúncia para demolição ou obras profundas assenta na negociação entre as partes, sendo que, na falta de acordo, há lugar ao pagamento de uma indemnização;

O regime da denúncia para obras é completado e desenvolvido pela Lei n.º 30/2012, e a Lei nº 43/2017, de 14 de junho, que revê o regime jurídico das obras em prédios arrendados e reforça a ligação deste regime com o da reabilitação urbana.

- **Procedimento especial de despejo –**

Previsto um procedimento que corre, em grande parte, por via extrajudicial, tornando mais simples e menos morosa a desocupação efetiva do local arrendado por incumprimento do arrendatário, nomeadamente nos casos de falta de pagamento de rendas, de caducidade do contrato pelo decurso do prazo e de cessação do contrato por oposição à renovação ou por denúncia.

As zonas de Alfama, Bairro Alto, Chiado e Baixa apresentam uma grande carga patrimonial, principalmente pela sua arquitetura pós-terramoto, e pontos de grande atração turística ao longo de todo o ano. Devido a esse grande movimento, tem aumentado diariamente o número de camas disponíveis na cidade, aumentaram o número de hotéis e um novo tipo de serviço deu novas possibilidades a alguns moradores: o alojamento local, onde um cidadão pode dispor de sua casa em uma plataforma, ganhando assim uma renda extra. O facto é que isso impulsionou ainda mais

a questão da especulação imobiliária, que acabou por expulsar antigos moradores, que pagavam rendas baixas. Entre os meses de julho e outubro de 2017 foram registadas 1163 novas ofertas de alojamento local em Lisboa. Em 2018 esses números dispararam e bateram recordes, chegando a 4340 novos registos¹³.

A especulação não atingiu somente moradores, as lojas tradicionais, muitas centenárias, também tinham rendas com valores muito abaixo dos praticados atualmente e com isso foram obrigadas a pagar mais ou deixar os locais onde já estão há muito tempo.

b. Património, memória e identidade

Para percebermos o valor patrimonial nas lojas com distinção é necessário compreendermos os conceitos de Património e Identidade, além de perceber o que é a memória social ou do indivíduo.

Património, de acordo com o ICOMOS, é definido como a conjugação das 'criações e dos produtos da natureza e do homem que, na sua integridade, constituem, no espaço e no tempo, o ambiente em que vivemos. O património é uma realidade, um bem da comunidade e uma valiosa herança que pode ser legada e que convida ao nosso reconhecimento e à nossa participação'¹⁴. O conceito de património acima definido pretende abranger muito mais do que apenas edifícios construídos num passado mais ou menos distante. O património não se limita a um tempo, nem passado nem futuro. Usamos o património de ontem para construirmos o património de amanhã, porque a cultura é, por natureza, dinâmica e está em constante renovação e enriquecimento."¹⁵(BARRANHA, 2016)

¹³ FERRO, Carlos. *Alojamento local em Lisboa bate recordes antes da mudança da lei*. **Diário de Notícias**. Lisboa, 21 out. 2018. Disponível em: < <https://www.dn.pt/edicao-do-dia/21-out-2018/interior/alojamento-local-em-lisboa-bate-recordes-10044488.html>>, consultado em: 12 de setembro de 2019.

¹⁴ Conforme definição proposta pela Quebec Association for the Interpretation of the National Heritage - Committee on Terminology (1980)

¹⁵ Recensão publicada em: ICOMOS- Canada French-Speaking Committee (1982) *Charter for the preservation of Quebec's Heritage* (Deschambault Declaration) - "Definition of Heritage and

No livro Património Cultural – conceitos e critérios fundamentais, de Helena Barranha, são descritos os conceitos de património, identidade e valor patrimonial. De acordo com a Carta de Amesterdão (1975), “o significado do património arquitetónico e a justificação para a sua proteção são hoje mais claramente compreendidos. Sabe-se que a preservação da continuidade histórica [...] é essencial para manter ou criar ambientes que permitam aos indivíduos encontrarem a sua identidade e sentirem-se seguros, apesar das rápidas transformações sociais.” Já o conceito de identidade “entende-se como a referência coletiva englobando, quer os valores atuais que emanam de uma comunidade, quer os valores autênticos do passado.”¹⁶

Quando falamos de valor patrimonial, deve ainda ser referida a Carta da Cracóvia, ao considerar os monumentos, como elementos individuais do património e possuidores de valores que se alteram com o tempo. Esta alteração de valores é, afinal, uma das características do património, ao longo da história. Através deste processo de mudanças de valores, cada comunidade desenvolve uma consciência e um conhecimento da necessidade de preservar os bens culturais construídos, pois eles são portadores dos seus próprios valores patrimoniais comuns.”

Desde o surgimento do conceito de Património, ainda na Revolução Industrial, no século XVIII, vem crescendo também as discussões a respeito deste conceito, e nota-se a necessidade de alargar e atualizar o entendimento do termo. Segundo Ferreira (2011), as discussões dos temas patrimoniais podem ser vistas a partir das convenções realizadas nos últimos anos e da crescente preocupação oriunda das entidades internacionais. Temos como exemplo as convenções de Haia em 1954, a Convenção Cultural Europeia, também em 1954, a Convenção de Paris em 1970, a Convenção para a Proteção do Património Mundial, Cultural e Natural de 1972, Convenção de Londres em 1969, a Convenção para Salvaguarda do Património Arquitetónico da Europa de 1985, Convenção sobre a Proteção do Património Subaquático em 2001 e a Convenção

Preservation” [trad.]. Recensão publicada em: <<http://istpress.tecnico.ulisboa.pt/files/E-book-patrimonio.pdf>>, consultado em 13 de julho de 2019.

¹⁶ De acordo com a Carta de Cracóvia, documento criado na Conferência Internacional sobre Conservação – princípios para a conservação e o restauro do património construído, que ocorreu na Polónia no ano 2000.

Relativa ao Valor do Património Cultural para a Sociedade em 2005. Ainda segundo o autor, essas convenções resultam da ação de organismos internacionais como a Organização das Nações Unidas (ONU), a Organização Mundial de Turismo (OMT), o Conselho Internacional dos Museus (ICOM), UNESCO e União Europeia.

A ideia patrimonial está muito ligada à história de um povo e à importância de passar essas informações geração após geração. Mas o entendimento de património não deve ser resumido a vestígios do processo histórico. Todas as manifestações materiais de cultura criadas pelo Homem têm uma existência física num espaço e num determinado período de tempo. (SILVA, 2000). Segundo a autora, algumas manifestações acabam por desaparecer ao esgotarem suas funcionalidades, já outras, conseguem sobreviver e pela dinâmica da existência, acabam por se modificar, com adição de novos elementos, baseada no que um dia foi.

O conceito de Património é subdividido em categorias específicas, para que assim possa ser mais clara a atribuição aos sítios, monumentos ou objetos. No caso do projeto *Lojas com História*, os estabelecimentos com distinção aparecem na classificação como *bens com interesse municipal*, enquanto para o programa Comércio com História, aparecem como interesse nacional, já que essa é uma iniciativa do Governo.

A identidade pessoal é nacional, por ser marcada pela pertença involuntária a um coletivo (SOBRAL, 2016), começando a ser formada logo após o nascimento, e é formada por nossa genética associada às experiências que somos submetidos ao longo de nossas vidas, mas essa identidade está sempre tão associada à identidade nacional que dão-nos nomes e apelido herdados de outras gerações, nossa educação é feita inicialmente e em sua maioria na língua pátria, somos criados à partir de modelos copiados de nossos pais, e que foram igualmente copiados por décadas e décadas. Sendo assim, podemos perceber o quão estão intrinsecamente ligadas as identidades pessoal e coletivas de uma nação.

Mas, como definir identidade? A palavra que deriva do latim *identitas*, pode significar uma “série de características e traços próprios de um indivíduo ou de uma

coisa por meio das quais podemos distingui-las”, ou também, “aquilo que contribui para que uma coisa seja sempre a mesma ou da mesma natureza”¹⁷.

São inúmeros os exemplos de identidade portuguesa que temos: inicialmente podemos citar o idioma, que segundo Benedict Anderson (ANDERSON, 2012), é através de uma língua comum que há a difusão de conhecimento e a partilha da mesma, cria uma consciência nacional.

As identidades nacionais são formadas com o passar do tempo, ou seja, historicamente, e acabam por ser formadas por várias outras identidades: sociais, familiares, regionais e políticas. Cada vila, aldeia ou cidade compõe sua própria identidade e agrega num complexo maior, que abrange a todo o país.

No caso de Lisboa, por onde andamos vemos elementos que compõe a memória pessoal de seus utentes, e de certa forma, de quem passa por cá. Uma vez em Lisboa e nunca mais se esquece o fado, música de fortes sentimentos, melodia dramática que encanta e não há como passar por Lisboa sem se encantar com as sardinhas, de inúmeros tamanhos, cores e materiais. Mas um evento cultural identitário da cidade são as Festas de Lisboa. Às vésperas do verão português são iniciadas as festas mais animadas do ano, que atingem seu ponto alto na noite do dia 12 de junho. São arraiais espalhados pelos bairros típicos de Lisboa: do Castelo à Mouraria, Graça, Alfama, ajuda e Bairro Alto. Festa com muita música e dança. As ruas se enfeitam com grinaldas e globos coloridos e são invadidas pelo cheiro da sardinha assada e dos manjericos – dedicados à Santo António, o santo local.

¹⁷ Segundo o Dicionário Michaelis. Disponível em <http://michaelis.uol.com.br/busca?r=0&f=0&t=0&palavra=identidade>. Consultado em 12 de julho de 2019.



Figura 2: Alfama durante as Festas de Lisboa 2019. Fonte: Manuel Manso. Disponível em <<https://www.timeout.pt/lisboa/pt/santos-populares>>, consultado em 18 de outubro de 2019.

Com tantas nuances, cores, cheiros e sabores, sem dúvida essa festa faz parte da memória afetiva de todo cidadão que passa por Lisboa.

**festas
lisboa
'19**



Figura 3: Sardinha vencedora do concurso das Festas de Lisboa em 2019. Fonte: Disponível em: <<https://www.noticiasaoiminuto.com/pais/1256553/as-sardinhas-premiadas-pelas-festas-de-lisboa19-ja-deram-a-tona>>. Consultado em 08 de outubro de 2019.

Como a história se concretiza na presença constante da vida dos indivíduos, também deve ser entendido como tudo aquilo que nos rodeia, relativos aos

acontecimentos passados (MERLO e KONRAD, 2015). Mas há uma diferença entre história e memória: É específico da história se relacionar com o tempo (SILVA e LIMA, 2009), já a memória, segundo Jardim (1995), não se constitui de um conhecimento produzido de forma intencional; ela é a percepção do passado. Desta forma, ao se patrimonializar o comércio tradicional de Lisboa, a intenção é de se salvaguardar a memória de seu povo.

Para preservar essa identidade dentro do cenário apresentado, a Câmara Municipal de Lisboa precisou pensar numa forma de valorizar, salvaguardar, preservar e restituir os aspetos materiais e imateriais do comércio mais tradicional da cidade, e por isso criou o Projeto *Lojas com História*.

Capítulo 3 - Projeto Lojas com História

3.1. O Programa Lojas com História



Figura 4: Logo do Programa Lojas com História da Câmara Municipal de Lisboa. Fonte: Lojas com História. Disponível em <http://www.lojascomhistoria.pt>, consultado em 25 de julho de 2019.

O Projeto *Lojas com História*, distingue os estabelecimentos comerciais com especial valor histórico cuja preservação deva ser acautelada pela Câmara Municipal de Lisboa. De acordo com o Artigo 3º da Lei nº. 42/2017, de 14 de junho, o Comércio Tradicional, é a atividade de comércio local realizada em pequenos estabelecimentos

situados fora de grandes superfícies comerciais, especializado na venda de um produto ou na prestação de um serviço, com exceção das atividades não sedentárias, designadamente em bancas ou feiras; Estabelecimentos de interesse histórico e cultural ou social local, são aqueles que pela sua atividade ou património material ou imaterial, constituem uma referência viva na atividade económica, cultural ou social local, por fim, as Entidades de Interesse Histórico e Cultural ou Social Local, são aquelas coletividades de cultura, recreio e desporto ou associações culturais, que pela sua atividade e património material ou imaterial constituem uma relevante referência cultural ou social a nível local.

Tendo em conta o período de grande atração turística e da economia em alta pelo qual Lisboa tem passado nos últimos anos, associado ao avanço feroz da especulação imobiliária principalmente nas zonas históricas da cidade, e da preocupação da União Europeia com a conservação e o desenvolvimento das áreas patrimoniais, houve a necessidade por parte do governo, de criar um programa de proteção do comércio tradicional de rua.

Pensando na continuidade destas lojas, a Câmara Municipal de Lisboa criou em 2015 um grupo de especialistas da própria Câmara, envolvendo as áreas da Economia e Inovação, com a participação de Sofia Pereira (Coordenadora), Carla Pereira, José Valentim, Margarida Felgueiras e Eugénia Santa Bárbara, no Urbanismo, com atuações de Ana Baère e Célia Milreu, na Cultura contaram com Lucília Guerra e Sofia Tempero. Junto a eles, foram convidados especialistas da Faculdade de Belas Artes: Álbio Nascimento, Isabel Lopes de Castro, Guilherme Sousa, Maria Manuel Dominguez e Frederico Duarte. Também foi criado um Conselho Consultivo, que são representantes de sectores empresariais, culturais, académicos ou movimentos de cidadania. São eles: Armando Caeiro, Presidente do Grupo de Amigos de Lisboa; Ana Tostões, Arquiteta e Professora da Universidade de Lisboa e Presidente do DoCoMoMo; André Teixeira, Professor Auxiliar do Departamento de História da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa; Maria de Lurdes Fonseca, Presidente da União das Associações do Comércio e Serviços; Paulo Ferrero do Fórum Cidadania Lx/ Círculo das Lojas de Carácter e Tradição de Lisboa; Raquel Henriques da Silva,

Historiadora da Arte da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade de Lisboa; Rosa Pomas, Empresária e Investigadora; Teresa Barata Salgueiro, Geógrafa e Professora da Universidade de Lisboa; Appio Sottomayor, Olisipógrafo; Catarina Portas, Empresária; Giacomo Scalisi, Diretor artístico do Teatro das Compras; Marina Tavares Dias, Historiadora; Rita Murias, Designer; Bárbara Coutinho, Diretora do Museu do Design e da Moda; Joana Gomes Cardoso, Presidente do Conselho de Administração da EGEAC (Empresa Municipal de Gestão de Equipamentos e Animação Cultural) da Câmara Municipal de Lisboa e representantes da AHRESP (Associação da Hotelaria, Restauração e Similares de Portugal). Juntos trabalharam nas definições dos critérios de distinção, na criação da identidade visual e em consultoria estratégica, auxiliando assim os vereadores na criação de uma lei que ajudasse na manutenção destes estabelecimentos comerciais.

Criado pela Câmara Municipal de Lisboa em fevereiro de 2015, aprovado através da deliberação n.º 99/CM/2015 e publicada no 4.º Suplemento ao Boletim Municipal n.º 1097, de 27 de fevereiro de 2015, o projeto surgiu para apoiar e salvaguardar o comércio tradicional de Lisboa, que sempre teve papel importante na história de Lisboa e consequentemente, passou a fazer parte de sua identidade.

A intenção na criação de tal iniciativa de proteção do comércio local é também a de dinamizar esse comércio tradicional nos centros urbanos. Assim sendo o programa promove a atribuição da distinção Lojas com História para aqueles estabelecimentos que conjuguem *tipos de atividade específicas, tempo de existência e preservação de elementos patrimoniais materiais, históricos, culturais e identitários*.

As primeiras lojas com distinção surgiram após uma grande pesquisa documental, de inventariação das lojas abrangidas, de pesquisa de campo, visitas e entrevistas. Um ano depois, a Câmara aprovou a lista de critérios necessários para que uma loja pudesse receber a distinção do programa.

O conceito de *Loja com História* é definido por espaços comerciais com particularidades arquitetónicas e/ou decorativas relevantes, que exijam conservação da identidade arquitetónica ou decorativa nas operações urbanísticas, principalmente quando há modernização ou alteração do uso, assim como as lojas que apresentam

atividade económica única, que são especializadas ou que sejam as últimas de seu ramo de atividade, como é o caso da Luvaria Ulisses. Ainda há também o interesse nas lojas que introduziram novos conceitos na atividade ou que mantêm oficinas de manufaturas dos seus produtos, como acontece com a Casa Achilles, que tem uma oficina onde trabalham com restauração de peças de metal ou fabricam peças únicas.

Comércio tradicional ou comércio de rua, de acordo com o regulamento do programa Lojas com História, é o comércio feito nos pequenos estabelecimentos, fora das grandes superfícies e especializado na venda de um produto ou na prestação de um serviço. Lojas integradas a centros comerciais não podem ser objeto de candidatura para as Lojas com História.

Em julho de 2016, 63 lojas receberam da Autarquia a distinção, em 2017 já eram 81 lojas, em 2018 mais 19 lojas foram contempladas. Atualmente são 142 lojas com distinção do programa.

De acordo com entrevista dada por Sofia Pereira ao jornal *Correio da Manhã*¹⁸, a ideia de criar o *programa Lojas com História* surgiu da prioridade de trabalhar com o comércio tradicional e histórico da cidade no sentido de, por um lado, preservar e salvaguardar os estabelecimentos e o seu património material, histórico e cultural e, por outro lado, dinamizar e reativar a atividade comercial, essencial para a sua existência. A intenção do programa visava ainda iniciar a reflexão sobre a atividade económica e o comércio local, bem como o património e o imaginário associado às lojas tradicionais lisboetas, e a partir desta reflexão, apoiar e promover o comércio tradicional local, através de medidas que potenciem o seu crescimento e que sejam geradoras de novos modelos de negócio e de emprego, garantindo a continuação renovada de um setor com enorme valor económico, patrimonial e cultural (CORREIO DA MANHÃ, 2016).

¹⁸ Suplemento integrante da edição n.º 13702 do Jornal Correio da Manhã de 21 de dezembro de 2016.

3.1.1. Critérios de Atribuição da Distinção

Atualmente, os comerciantes e a sociedade civil, podem candidatar uma loja, desde que ela apresente os requisitos para participar do programa Lojas com História. A candidatura pode ser apresentada a qualquer momento e proposta por qualquer pessoa, através de formulário próprio disponibilizado no website do programa, onde há a identificação do proponente e um breve memorial descritivo do imóvel com a justificativa para a candidatura, a caracterização da atividade comercial, a descrição do património material, histórico e cultural do estabelecimento e a história da loja e sua relevância económica, social e cultural para a cidade de Lisboa. Também se juntam fotografias antigas, caso haja, e atuais da loja.

Após a análise do grupo, os critérios são pontuados e se valoriza 1 ponto por cada 25 anos de atividade, até o máximo de três pontos. Para ser uma Loja com História, os estabelecimentos comerciais devem atender a duas regras: A primeira regra diz que deve cumprir obrigatoriamente um critério em cada núcleo. Já a segunda regra diz que mais de 50% dos critérios devem ser cumpridos, no total de três núcleos.

Os retalhos devem obter um mínimo de 11 pontos, dos 20 critérios em 3 núcleos para conseguir a distinção. Já os estabelecimentos de restauração, devem obter 10 pontos, dos 18 critérios em 3 núcleos.

Os critérios para a pontuação são:

1. Atividade
 - a. Longevidade reconhecida – aplicável nas lojas com mais de 25 anos de atividade
 - b. Significado para a história comercial da cidade
 - c. Existência de oficina e/ou produção própria
 - d. Produção nacional
 - e. Produto identitário e/ou existência de marca própria

2. Património Material
 - a. Património artístico e/ou projetado
 - b. Projeto de espacialidade
 - c. Mobiliário e iluminação
 - d. Suportes de comunicação
 - e. Decoração
 - f. Projeto total
 - g. Espólio/acervo
 - h. Utensílios e/ou matérias-primas
 - i. Elementos documentais
 - j. Salvaguarda e divulgação

3. Património Cultural e histórico
 - a. Lojas de referência
 - b. Coesão e proximidade
 - c. Significado para a história, cultura e memória coletiva dos cidadãos
 - d. Salvaguarda e divulgação

As candidaturas passam pela apreciação do grupo de trabalho criado para esse fim, que analisa a documentação, visita o local, entrevista o proponente e elabora uma proposta de atribuição ou não atribuição da distinção, que é enviada ao Presidente da Câmara, que tem o poder decisório sobre a atribuição da distinção Lojas com História.

A distinção tem validade mínima de 4 anos, sendo renovada automaticamente, exceto se a loja sofrer alguma alteração, que prejudique os critérios de atribuição da distinção. São feitas fiscalizações regulares ao longo do período de distinção a fim de manter a originalidade das lojas.

Como apoio para a manutenção das lojas e na conservação de suas características arquitetónicas, a Câmara Municipal de Lisboa criou o Fundo Municipal Lojas com História. E para ajudar na distinção e divulgação dessas lojas, foram criados uma identidade visual, com uma placa metálica na porta das lojas classificadas, um website com informações sobre as lojas e ainda, criou uma equipa municipal dedicada aos proprietários das lojas.

Até janeiro de 2019, já receberam a distinção de Loja com História 142 estabelecimentos, registando-se um aumento de 18 lojas desde o ano anterior.

3.1.2. Benefícios do Programa

O primeiro dos benefícios em ter a distinção Lojas com História é a divulgação das marcas em inúmeros suportes diferentes: A loja recebe um dístico para instalar na fachada da loja, com a logomarca Lojas com História.



Figura 5: Dístico Lojas com História. Fonte: Arquivo pessoal (26/10/19)

As primeiras lojas classificadas tiveram suas histórias e curiosidades descritas no livro do projeto e em uma exposição que ficou em cartaz de setembro à dezembro de 2017.



Figura 6: Exposição Lojas com História. Fonte: Portal Nacional dos Municípios e Freguesias. Disponível em: < <https://www.municipiosefreguesias.pt/evento/19373/evento/visita-comentada-a-exposicao-lojas-com-historia>>, consultado em 24 de outubro de 2019.

Além desses meios, o projeto também expõe as lojas no site do programa, onde os visitantes podem ter acesso aos contatos, moradas, história e alguns documentários sobre as lojas. Outras plataformas também são utilizadas para dar visibilidade a esses estabelecimentos, sítios como o Instagram e o Facebook.

A partir da instituição do programa Lojas com História foram muitas as publicações a respeito desse projeto visionário, e assim as lojas ganharam ainda mais visibilidade.

Já a respeito dos benefícios financeiros podemos destacar a criação do Fundo Municipal de Apoio às lojas, feito pela Câmara Municipal de Lisboa, com um montante definido anualmente com participação máxima de 25.000 Euros. Outro grande auxílio é a isenção do Imposto Municipal sobre os Imóveis (IMI) protegidos pelo programa.

Em relação aos benefícios legais, de acordo com o Artigo 7º da Lei nº 42/2017, os proprietários dos imóveis podem aceder a benefícios ou isenções fiscais, concedidas pelos municípios, nos termos da legislação em vigor. Os arrendatários dos imóveis gozam o direito de preferência nas transmissões onerosas dos imóveis ou parte dos imóveis nos quais se encontrem instalados. Há também a proteção prevista no regime

jurídico do arrendamento urbano e no regime jurídico das obras em prédios arrendados. Essas proteções dos contratos de arrendamento valem por 5 anos, ou 10 para os contratos que ainda não tenham transitado para o Novo Regime de Arrendamento Urbano (NRAU).

3.1.3. A Legislação sobre o Projeto Lojas com História

O projeto das Lojas com História, desenvolvido pela Câmara Municipal de Lisboa é pioneiro no segmento de preservação do património cultural e histórico local em Portugal.

A Lei nº. 42/2017, de 14 de junho, traz as definições do que são as Lojas com História, o que são os Comércio Tradicionais, os Estabelecimentos de Interesse Histórico e Cultural ou Social Local, e o que são as Entidades de Interesse Histórico e Cultural ou Social Local.

Segundo o Artigo nº. 8, o reconhecimento de estabelecimentos e entidades de interesse histórico e cultural ou social local é da competência da Câmara Municipal, ouvida a Junta de Freguesia em cuja circunscrição se localize o estabelecimento ou entidade a reconhecer.

Quando o reconhecimento é iniciado, o responsável pela exploração do estabelecimento é oficialmente comunicado, assim como ao arrendatário do imóvel ou fração autónoma onde se situa o estabelecimento comercial¹⁹.

Para candidatar os estabelecimentos comerciais, basta que seja preenchido um requerimento e entregá-lo por via eletrónica ou pessoalmente. Neste requerimento de candidatura são integrados os seguintes elementos:

- A identificação do proponente da candidatura;
- Breve memória descritiva e justificativa da apresentação da candidatura;
- Caracterização da atividade comercial;

¹⁹ Artigo 8º da Lei nº. 42/2017 de 14 de junho.

- Descrição do património material e imaterial;
- Exposição da história do estabelecimento ou entidade e do significado para a vida económica, social, e cultural do município;
- Fotografias antigas do estabelecimento ou entidade, quando existam, datadas e legendadas;
- Fotografias atuais do estabelecimento ou entidade.

Após a entrega de toda a documentação, a Câmara Municipal delega na Comunidade Intermunicipal do Oeste, designada por OesteCIM, todo o procedimento de apreciação das candidaturas, assim como também tem a função de nomear três personalidades de reconhecido mérito nas áreas de história e cultural local, para apoio nas apreciações das candidaturas.

A OesteCIM tem um prazo de noventa dias para elaborar a proposta de decisão de atribuição ou não do reconhecimento do interesse histórico e cultural ou social local. Para isso, a OesteCIM pode visitar os estabelecimentos comerciais, entrevistar os proponentes e promover a submissão de elementos adicionais, que considerarem pertinentes. Após a criação da proposta, a OesteCIM envia à Câmara Municipal de Lisboa o parecer para posterior deliberação.

A decisão final pela atribuição ou não atribuição do reconhecimento do interesse das lojas compete à Câmara e a decisão do reconhecimento é precedida de consulta pública pelo período de 20 dias ²⁰.

Após a deliberação sobre o reconhecimento do imóvel, a Câmara Municipal comunica a OesteCIM a lista dos estabelecimentos e entidades reconhecidas, e esta tem o prazo de quinze dias para enviá-la à Direção Geral de Atividades Económicas.

²⁰ Artigo 10º da Lei 42/2017, de 14 de junho.

3.2. Analisando o Programa Lojas com História

Segundo os comerciantes que aceitaram dar os seus testemunhos à presente investigação, o projeto Lojas com História surgiu numa altura muito importante, pois a prioridade é trabalhar com o comércio tradicional e histórico da cidade para preservar e salvaguardar os estabelecimentos de forma a promover e fomentar o comércio local para a revitalização destas lojas.

A isenção de impostos é de grande valia, principalmente por deixar o proprietário do imóvel numa situação de conforto enquanto senhorio de uma Loja com História, mas ao pensarmos em iniciativas como a criação de roteiros culturais temáticos, como descritos no Porto e em Viana do Castelo, exibindo as lojas principalmente para os turistas e incentivando o consumo naquele estabelecimento também é uma iniciativa importante. Por outro lado, o prémio concedido como incentivo e apoio ao comércio pode ajudar muito nas pequenas despesas com a conservação do património arquitetónico do estabelecimento.

A preocupação com a conservação de centro históricos em todo o mundo e a preservação de suas características mais marcantes, àquelas que lhes dão identidade, ganha um viés urbanístico quando pensamos na salvaguarda dos conjuntos arquitetónicos e em suas vias. No caso de Lisboa, a zona histórica e demais bairros tradicionais precisam ser preservados para que possam mostrar para as futuras gerações essa memória social e a história da cidade, configurando o património identitário daquele local.

Outro fator importante que precisa ter muita atenção é a dinâmica associada a um turismo intenso. E Portugal apresenta um turismo cultural muito forte, o que tem acarretado uma mercantilização muito acelerada e desajustada da cultura. Os bairros que compõem a zona histórica da cidade (os mesmos que perderam seus moradores habituais), são locais para receber turistas. As moradias estão, em grande número, em plataformas para o alojamento local, já quase não há comércio local, os rés de chão são destinados à cafés, restaurantes, hotéis e lojas para o comércio de artigos de baixo custo, feitos muitas vezes em outros países, mas que apresentam formas e cores de artigos portugueses – o que faz esses lugares perderem sua essência a cada dia que

passa, tornando o assunto contraditório: São pelas pessoas que buscam o turismo cultural que parte de Lisboa está a perder a sua própria identidade local.

O segundo ponto estabelecido na agenda I&I é gerir o território de forma equilibrada, ou seja, a nova lei de arrendamentos, deve ser alterada, para comerciantes e moradores, para que possa haver a permanência de antigos moradores e a fixação de novos, para que assim possamos preservar a autenticidade cultural dos bairros, e consequentemente da cidade.

Em relação à promoção das indústrias criativas, devem ser incentivadas e desenvolvidas atividades económicas ligadas a serviços culturais nessas zonas, além de incentivar a abertura de novos comércios independentes com produtos e serviços originalmente portugueses, o que nos lembra que a Comissão Europeia em 2017 publicou os resultados de um estudo *Eurobarómetro Especial sobre Património Cultural*²¹, que levanta algumas preocupações, já que em linhas gerais Portugal apresentou valores abaixo da média europeia. Porém ao serem inquiridos sobre a razão mais forte para o não acesso a locais ou atividades relacionadas com o património cultural, os utentes responderam que as razões eram a falta de tempo (37%) e a falta de interesse (45%). Essa pesquisa mostra que é mais do que necessário tratar de património desde a infância, para que junto com a criança, cresça também a consciência de conservação e preservação de sua própria história e da sociedade em que vive, assim sendo, com uma população mais interessada em seu património cultural e identitário, poderiam ser criados incentivos para que o jovens pudessem assumir a gestão de lojas tradicionais ou abrir seus próprios negócios, ainda mantendo o sistema do retalho independente de rua.

Fora da zona histórica da cidade também existem lojas que pertencem à memória afetiva dos moradores locais. O projeto *Lojas com História* não deve ficar restrito à uma zona e sim abranger toda a cidade, procurar esses pequenos oásis de história, cultura e memória escondidos em cada freguesia, e entender a importância

²¹ Cultural Heritage. Disponível em <<https://ec.europa.eu/publicopinion/index.cfm?ResultDoc=download&DocumentKy=>>, consultado em 22 de outubro de 2019.

desses estabelecimentos para sua vizinhança, que independente da zona, é necessário preservar sua história, sua memória e a identidade local.

3.3. Casos em que a preservação do património do comércio fracassou

Apesar dos esforços para tentar ajudar na manutenção das lojas tradicionais, ainda existem muitos fatores que podem influenciar no encerramento do comércio de rua de Lisboa. Foi o caso da *Camisaria Pitta*, fundada em 1887, que chegou a fornecer produtos para a Casa Real e Corpo da Presidência. Era uma loja que vendia peças do vestuário masculino e que nos últimos anos, devido ao grande fluxo do mercado imobiliário, que fez com que a renda aumentasse, e associado ao aumento da concorrência de outras lojas a vender produtos semelhantes, fez com que seus proprietários resolvessem encerrar os serviços²².

Caso semelhante aconteceu à *Casa Frazão*²³, aberta em 1933 por Manuel Alves Frazão, a famosa casa de tecidos localizada na Baixa Pombalina, após 8 décadas de trabalho, sem ter condições para pagar as rendas, não viram outra saída senão encerrar as portas, já que para os sócios e funcionários, se não fosse naquele sítio, não seria a Casa Frazão e não haveria razão para continuar.

Esse foram dois exemplos de lojas que já estavam dentro do programa *Lojas com História*, mas há também os casos em que os estabelecimentos comerciais nem sequer conseguiram entrar no programa e acabaram por fechar, mesmo sendo lojas que estão marcadas na memória local. Foi o que aconteceu à *Pastelaria Suíça*²⁴, no Rossio. Fundada em 1922, a Pastelaria Suíça teria muitos, senão todos os motivos para ser uma

²² Notícia de Cristiana Faria Moreira, publicada em 9 de março de 2018, no Jornal Público. Disponível em < <https://www.publico.pt/2018/03/09/local/noticia/a-camisaria-pitta-1806071>>, consultado em 16 de junho de 2019.

²³ Notícia do Diário de Notícias, publicado em 15 de abril de 2018. Disponível em < <https://www.dn.pt/portugal/historica-casa-frazao-encerra-na-baixa-de-lisboa-9258908.html>>, consultado em 16 de junho de 2019.

²⁴ Notícia de Patrícia Naves, de 01 de setembro de 2018, publicada no NIT. Disponível em < <https://nit.pt/buzzfood/cafes-e-bares/ja-esta-pastelaria-suica-lisboa-encerrou-vez>>, consultado em 16 de junho de 2019.

Loja com História, mas com a venda de todo os imóveis do quarteirão que pertencia, já havia negociações com os novos senhorios sobre a não manutenção dos arrendamentos no local, e por isso a Câmara Municipal de Lisboa não pôde classificá-la dentro do programa. E no verão de 2018, a Suíça, que por tantos anos esteve presente na vida dos Lisboetas, fechou as portas.

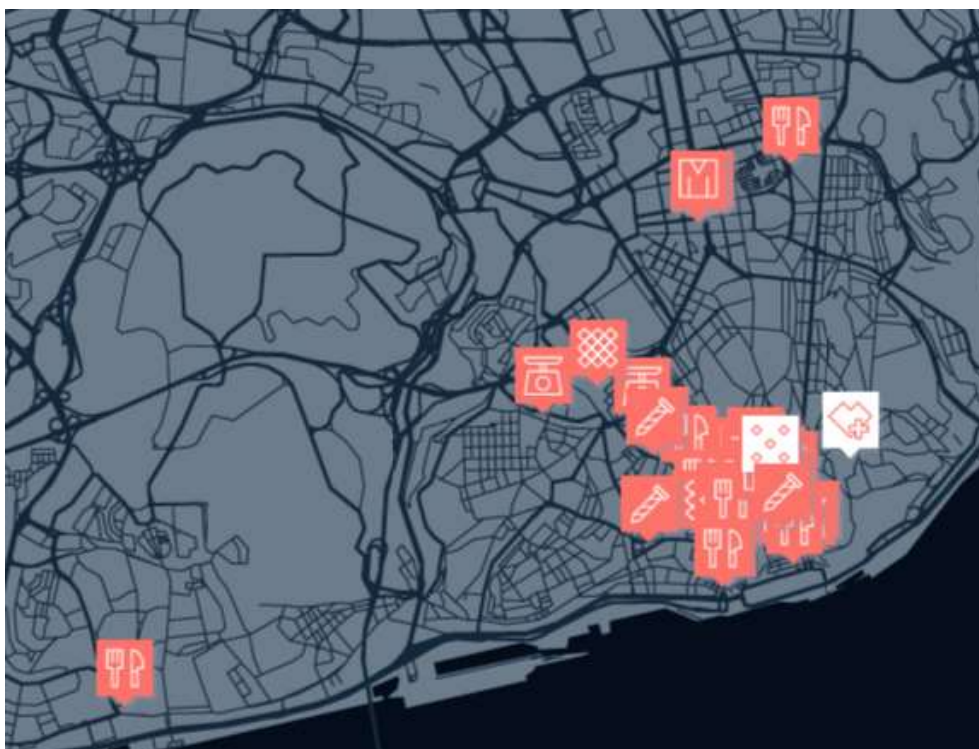


Figura 7: Mapa com a localização das lojas com distinção em Lisboa. Fonte: Lojas com História. Disponível em: <https://www.lojascomhistoria.pt>, consultado em 25 de julho de 2019.

Como podemos observar no mapa, a grande maioria das lojas classificadas pelo programa estão concentradas na zona histórica de Lisboa. Há muitos outros locais que apresentam memória afetiva e importância no quotidiano das pessoas. Um exemplo é a loja *Eduardo dos Livros*²⁵, situada em Campo do Ourique, num prédio de propriedade da Seguradora Fidelidade, fundada em 1964, e que recebeu no mês de outubro de 2018, uma ordem de despejo com prazo final em junho de 2019. Em 1 de julho deste ano os deputados Isabel Pires, Ricardo Moreira e José Casimiro, do Partido do Bloco de

²⁵ Notícia de Carolina Alves e Daniel Rocha, de 28 de junho de 2019, para o Jornal Público. Disponível em < <https://www.publico.pt/2019/06/28/local/reportagem/eduardo-livros-1877233>>, consultado em 12 de setembro de 2019.

Esquerda fizeram uma recomendação para a candidatura da Eduardo dos Livros para o programa Lojas com História e tentar manter aberta a loja.

O Eduardo dos Livros e tantos outros comércios espalhados por Lisboa, são lojas que fazem parte da vida dos moradores há muitas décadas, podem estar sendo negligenciados, até por falta de consciencialização e conhecimento dos comerciantes a respeito da importância do programa.

Para além de uma possível falta de informação, em alguns casos as lojas apresentam pontuação suficiente para se tornar uma loja com distinção, mas esta é negada pelo conselho consultivo. Foi o que aconteceu com a sapataria *Arte*²⁶, localizada na Rua Augusta. A loja obteve pontos para ser distinguida, mas não obteve aprovação pelo órgão externo ao programa. A justificativa para a reprovação teria sido pela descaracterização arquitetónica da loja, e que teria um grande impacto no seu valor patrimonial.

Com o enorme avanço da especulação imobiliária, principalmente no Centro Histórico de Lisboa, fica cada vez mais difícil a manutenção dessas lojas quase centenárias. Os senhorios estão a aumentar muito as rendas ou estão mesmo a vender seus imóveis, e os novos proprietários não tem intenção de manter inquilinos com uma renda baixa.

Esse movimento crescente de compra e venda dos imóveis de interesse cultural e histórico, traz uma outra preocupação: além do fechamento das portas de comércios tradicionais, o que surgirá depois? Muitas dessas lojas têm sido substituídas por lojas de *souvenirs*, com produtos que imitam os produtos identitários de Portugal, mas que são feitas no Oriente. Não apresentam os serviços que antes eram prestados. Os números em relação a esse tipo de comércio são alarmantes. De acordo com o documento *Mudanças e Globalização na Baixa Pombalina*²⁷, feito pela UACS (União de Associações

²⁶ Notícia de Sofia Cristino, de 29 de agosto de 2018, para o Jornal O Corvo. Disponível em < <https://ocorvo.pt/65-estabelecimentos-que-se-candidataram-a-lojas-com-historia-de-lisboa-ficaram-de-fora/>>, consultado em 19 de setembro de 2019.

²⁷ *Mudanças e Globalização na Baixa Pombalina*. Disponível em: <<https://uacs.pt/media/139/File/Noticias/MUDAN%C3%87AS%20E%20GLOBALIZA%C3%87%C3%83O%20NA%20BAIXA%20POMBALINA.pdf>>, consultado em 05 de outubro de 2019.

do Comércio e Serviços), no verão de 2016, mostrou que as lojas de venda de recordações de baixo preço, aumentaram para cerca de 90 em 2016, os bazares chineses eram 6 naquele ano, enquanto o comércio de artesanato português, conquistava a marca de 17 estabelecimentos, número abaixo dos 24 que já existiram. Naquele ano diminuiu o número de agências de viagem, livrarias, casas de fotografia, casas de semente, casas de ferragens, retrosarias e outros tipos de comércio tão tradicionais de Lisboa. Os motivos para os encerramentos são diversos: a crise económica e a diminuição do poder de compra, mudanças de consumo e de procura, além da quebra de residentes e de empregados na zona, que afetou sobretudo as farmácias. Outro ramo de atividade em que se registaram muitas baixas foi o da ourivesaria e relojoaria, em que fecharam 21 no período de 6 anos.

A zona histórica de Lisboa, dia após dia está sendo vocacionada somente para o turismo, e com isso está a perder sua identidade local, perdendo o seu comércio tradicional e habitantes, que se veem cada dia mais sem ter para onde ir, já que as rendas atualmente são maiores do que seus salários podem comportar.

O programa *Lojas com História*, indiscutivelmente é um marco quando falamos da proteção dessas lojas, porém apresenta alguns pontos que necessitam ser revistos, como por exemplo a postura de inflexibilidade diante da classificação ou não de uma loja. Apesar de existirem mais de uma centena de lojas com distinção atualmente, ainda existem inúmeros estabelecimentos que possuem características para serem preservados, mas ficam em outras localidades da cidade, e não receberam a distinção do programa, como também não receberam seus benefícios e acabam por ficar sujeitos ao risco de encerrar definitivamente suas portas²⁸.

.Aqui chegamos ao ponto em que se deve ponderar qual o limite da preservação ou da manutenção de elementos que tragam essas memórias, ou seja o que é patrimonializado. Assim também deve ser pensado o futuro das Lojas com História, o que já foi vivido não pode impedir o seu progresso. Enquanto comércio com história, esses estabelecimentos já testemunharam muitos factos, as mercadorias já não são as

²⁸ Facto ocorrido com a loja Eduardo dos Livros, em Campo de Ourique, que só teve sua candidatura feita após a proprietária receber a ordem de despejo de seu senhorio.

mesmas de outrora, assim como os seus clientes já não desejam as mesmas coisas, afinal os tipos de consumo variam ao longo do tempo. Sempre haverá mudanças, e não se deve olhar esses sítios apenas como cenários, eles devem conservar detalhes arquitetónicos, móveis e principalmente sua essência, sua forma de prestar serviços, mas não devem ser congelados no tempo e nem transformados em museus.

É possível que dentre as lojas já distinguidas haja alguma que não apresenta as mesmas características da fundação. A livraria Bertrand do Chiado, por exemplo, que carrega o título de a mais antiga do mundo, pelo Guinness Book, tornou-se uma Loja com História em janeiro de 2019. A livraria, fundada em 1732 está no atual endereço desde o ano de 1773. Sua preservação arquitetónica não foi bem elaborada, e hoje somente algumas estantes de livro são originais. De acordo com o testemunho de um funcionário, há alguns anos a livraria apresentava um chão alcatifado e uma escada espiralada em ferro no meio de um de seus salões. Atualmente não há mais a escada e a alcatifa foi substituída por um piso flutuante de madeira. Para além da descaracterização arquitetónica, sua conservação também apresenta problemas: no dia em que foi feita a visita, a loja apresentava infiltrações que vinham do teto e humidade nas paredes, que formavam bolhas na superfície da tinta, e ameaçavam os livros.

Todas as lojas classificadas que ainda mantém suas características originais, devem receber incentivos para manter tais pormenores decorativos e arquitetónicos, redução ou isenções de impostos, atendimento técnico para que restaurações sejam feitas da melhor forma para a preservação do imóvel, incentivos para a atualização das vendas e, também devem ser incentivadas as compras nestas lojas para garantir sua subsistência.

O programa tem duração de no mínimo 4 anos, podendo ser renovado automaticamente, desde que as lojas não sofram alguma descaracterização que ponha em xeque sua distinção. Mas não se sabe por quanto tempo a Câmara Municipal de Lisboa conseguirá manter as rendas tão baixas. Alguns dos itens necessários para ser uma Loja com História, acabam por engessar o comércio das lojas, o não poder alterar os produtos, pode trazer mais prejuízos do que benefícios.

A ideia de patrimonialização do comércio é exatamente o oposto do que acontece ao comércio do património. Enquanto assistimos a jantares no Panteão, e outras cedências de patrimónios históricos, onde a forma de rentabilizar utilizando-se desses sítios históricos podem causar prejuízos, é feita de forma alargada. Já com esses comércios, que são fontes de renda de famílias, para que seja alcançado algum benefício, é necessário, muitas vezes fazer as lojas pararem no tempo, e assim sua subsistência pode ser comprometida.

Após dois anos de projeto *Lojas com História*, é importante fazer uma avaliação dos números obtidos até agora. Foi debatido recentemente, no Fórum de reflexão e debate “Comércio: o que falta fazer?”, realizado no salão nobre dos Paços do Concelho em Lisboa e que reuniu empresários de diversas áreas, estrategistas e os responsáveis por políticas públicas. Com temas como “Os consumidores do futuro”, “Comércio e turismo: Sinergias, Oportunidades e Turismo” e “O que falta fazer: o papel das empresas e o papel das políticas públicas”, entre outros, foram debatidas ideias para que possam ser preservadas as lojas de comércio tradicional, e como isso pode alavancar a economia e o turismo em Lisboa e em Portugal.

Das mais de trezentas lojas identificadas como candidatas a receber a distinção do programa Lojas com História em 2015, hoje restam menos da metade. Mesmo lojas que já haviam recebido a distinção, por algum motivo não conseguiram seguir em frente, como a Camisaria Pitta e a Casa Frazão, e outras como a Casa Pereira, loja de cafés e chás, localizada na rua Garrett, já anunciaram seu encerramento para o fim deste ano.

Segundo Eduardo Vilela Torres²⁹, em entrevista no *Diário de Notícias*, a gentrificação tem sido um motor de transformação urbana no mundo atual e tem-se agudizado nos anos recentes, sobretudo em Lisboa e no Porto. O autor afirma que o comércio nas áreas gentrificadas estava adaptado à população portuguesa, muitas vezes de classe média baixa que vivia nestas zonas, porém quando chegaram os residentes

²⁹ Notícia de Maria João Martins, de 16 de outubro de 2019, para o Jornal Diário de Notícias. Disponível em <<https://www.dn.pt/cidades/abrir-as-portas-ao-futuro-11414013.html>>, consultado em 23 de outubro de 2019.

estrangeiros, com outros hábitos, gostos e poder de compra, essas lojas já não os conseguiram acompanhar.

Torres afirma ainda que as grandes transformações do setor comercial não são fenômenos atuais, muito menos ditadas pelas ondas de turismo massificado ou pela gentrificação dos centros históricos. O comércio de rua teria iniciado seu declínio ainda na década de 80, quando o gosto pelos *shoppings*, deslocou a geografia comercial das cidades, dos centros para as periferias.

Outra possível ameaça ao comércio tradicional, para além das grandes superfícies comerciais, é o crescimento do E-commerce, ou o comércio eletrónico, feito através da internet ou de outro meio eletrónico. Essa atividade, em Portugal, ascendeu aos 75 mil milhões de euros em 2017, representando mais do que 40% do Produto Interno Bruto (PIB) do país³⁰. Esse valor mostra um crescimento de 11,3% face ao ano anterior.

O estudo indica que 76% da população portuguesa utiliza a internet e 38% faz compras online. Mesmo com o grande crescimento desse mercado, a percentagem de empresas com presença na internet ainda está muito abaixo do desejável, e cerca de 60% das lojas ainda continuam completamente offline, sem sites ou páginas em redes sociais.

Capítulo 4 - Iniciativas para a proteção patrimonial do comércio local

Estamos a viver um período em que o acúmulo de riquezas acaba por se tornar mais importante do que as memórias de um povo. Um tempo de grande pressão gerada pela especulação imobiliária, principalmente nas áreas históricas (mais turísticas) de cada cidade. Esse movimento ameaça cada vez mais o património, principalmente o comércio tradicional.

³⁰ De acordo com a Associação Economia Digital (ACEPI). Disponível em: <<https://www.acepi.pt/artigoDetalhe.php?idArtigo=92232>>, consultado em 23 de outubro de 2019.

Os moradores também foram afetados e pelo valor das rendas tiveram que sair do local onde sempre viveram e ir para zonas muito afastadas. O que eram residências, acabaram por se transformar em alojamento local, e as possibilidades de continuar a viver onde se passou tanto tempo fica impossível.

Felizmente algumas autarquias e o Governo iniciaram um movimento de proteção dos comércios, tentando assim, pausar ou ao menos diminuir a velocidade da especulação nas zonas históricas.

4.1. O Porto e o Programa Porto de Tradição

Com a finalidade de salvaguardar seu comércio tradicional, a Câmara Municipal do Porto, assim como em Lisboa, também criou uma série de medidas e políticas para a conservação desse património local e para a valorização da história da cidade. Assim, criaram em julho de 2016, a iniciativa chamada de *Porto de Tradição*, composta por representantes especialistas dos pelouros do Comércio, do Turismo e Fiscalização, da Cultura, de Urbanismo, da Habitação e Ação Social e por representantes de faculdades de Arquitetura, de Letras e de Belas Artes da Universidade do Porto e de representantes da Associação dos Comerciantes do Porto, da Associação Nacional de Proprietários e do Departamento Municipal de Turismo e Comércio da Câmara Municipal do Porto.

Este grupo criou uma lista com os critérios adotados para classificar as lojas com interesse histórico e cultural. A começar pela atividade desenvolvida, por sua continuidade geracional e tempo de existência, seus produtos de próprio fabrico e serviços de excelência, também são levados em consideração a marca, os produtos identitários, que fixam a marca, dando identidade à loja e à cidade e a viabilidade socioeconômica do empreendimento. Na área do património material, são valorizados os detalhes arquitectónicos internos (móveis e decoração) e externos (fachadas e montras). Também é importante todo o espólio da loja, ou seja, utensílios, matérias prima e documentações. Já na parte imaterial do património, é valorada toda a representatividade da loja para aquele sítio e as pessoas que ali vivem.

No caso das lojas no Porto, a candidatura deve ser feita pelo proprietário da loja, enviando um requerimento à Câmara Municipal do Porto, junto com uma breve memória descritiva e justificativa sobre o estabelecimento, designadamente sobre os itens seguintes:

- Caracterização do estabelecimento ou da entidade a reconhecer como dotada de interesse histórico e cultural ou social local
- Descrição do património material, cultural e histórico
- História do estabelecimento ou da entidade a reconhecer como dotada de interesse histórico e cultural ou social local
- Significado para a vida económica, social e cultural da cidade do Porto
- Escrituras de constituição de sociedade
- Escrituras de arrendamento comercial
- IES (Informação Empresarial Simplificada) dos últimos 5 anos
- Fotografias antigas do interior e da fachada
- Referências da loja em websites, reportagens, notícias de jornal
- Vídeo reportagens
- Rótulos de produtos
- Pedido de registo ou registo de marca, com clara indicação do número do mesmo atribuído pelo Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI) e/ou pelo Instituto de Propriedade Intelectual da União Europeia (EUIPO)
- Projectos arquitectónicos e de decoração
- Desenhos, símbolos, motivos, cores, logótipos e tipos de letra dos meios de comunicação
- Obras de arte
- Projeto global ou programa decorativo

- Bens materiais e documentos relacionados com a atividade alvo de manutenção, restauro, arquivo ou armazenamento adequado à sua preservação
- Outros documentos que auxiliem na confirmação dos dados.

Após a avaliação desses documentos, a comissão visita o local, entrevista o proprietário, preenche uma ficha de pontuações e cria uma proposta para levar à Comissão de Acompanhamento, que é formada por representantes de várias associações, da Universidade do Porto e do governo nos pelouros de interesse.

Assim como acontece em Lisboa, as lojas que recebem a distinção Porto de Tradição, recebem uma placa com a identidade visual do programa, visualização no site da iniciativa, além de publicidade em guias turísticos.

O Porto de Tradição prevê uma série de medidas protetivas para o comércio tradicional da cidade, tais como: medidas de proteção, no âmbito jurídico, nos arrendamentos e nas obras em prédios arrendados e acesso a programas municipais e federais de apoio a estabelecimentos de interesse social, histórico e cultural.

A Câmara Municipal do Porto garante a preservação e salvaguarda desses estabelecimentos, de acordo com as alíneas a) a f) do n.º 1 do artigo 3.º da Lei n.º 42/2017 de 14 de junho. Com isso a Câmara pôde aprovar o regulamento municipal em 19 de fevereiro de 2019³¹, que define os critérios para o reconhecimento e proteção de lojas e entidades de interesse histórico e cultural ou social local, e explicita como deve ser feito o pedido de classificação.

As medidas de proteção descritas no programa incluem isenção de taxas de publicidade e ocupação do domínio público, formação e consultoria em domínios específicos e direcionados à atividade comercial, criação de mecanismos de visibilidade, abrangendo diferentes plataformas de comunicação e visando a sustentabilidade das lojas do Porto de Tradição e a conceção de roteiros culturais temáticos do programa. Além de isenção do IMI (Imposto Municipal sobre Imóveis) e isenções fiscais para as obras no imóvel onde se localizam as lojas protegidas.

³¹ Câmara Municipal do Porto. Disponível em: <http://www.porto.pt/noticias/porto-de-tradicao-tem-regulamento-aprovado_3>, consultado em 5 de outubro de 2019.

Em fevereiro de 2019 o programa Porto de Tradição protegia 76 lojas ou entidades históricas e havia mais 7 estabelecimentos em consulta pública para reconhecimento.

4.2. Viana do Castelo e as Lojas Memória

A Câmara Municipal de Viana do Castelo aprovou em janeiro de 2019 o Projeto de Regulamento transcrito e nos termos do artigo 101.º do Código do Procedimento Administrativo, o qual foi submetido a discussão pública.

O projeto que visa promover a classificação e a distinção de entidades, estabelecimentos comerciais e unidades de cafetaria, restauração e similares que se destacam pela sua singularidade e pelo reconhecido valor que têm e que contribui para a identidade e qualidade de paisagem social e económica do Concelho de Viana do Castelo.

O projeto Lojas Memória classifica estabelecimentos comerciais que comercializam produtos especiais, que mantêm a mesma atividade há 50 anos ou mais, que apresentam referências na arquitetura ou artística, que têm história relevante na cidade, por ser referência na vida dos moradores ou por especificidade dos produtos vendidos. A medida foi aprovada em 13 de junho do corrente ano, e será publicada em breve no Diário da República.

Podem se candidatar à distinção Lojas Memória todas as entidades e lojas que se dediquem ao comércio e serviços, abertos ao público, e cuja atividade se insira nas divisões 45 (Comércio, manutenção e reparação, de veículos automóveis e motociclos), 47 (comércio a retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos), 56 (restauração e similares), 79 (agências de viagens, operadores turísticos, outros serviços de reserva e atividades relacionadas), 94 (atividades das organizações associativas), 95 (reparação de computadores e de bens de uso pessoal e doméstico) ou 96 (outras atividades de serviços pessoais) da Classificação Portuguesa das Atividades Económicas (CAE), revista pelo Decreto-Lei n.º 381/2007, de 14 de novembro.

Os critérios para atribuição da distinção são os seguintes:

- Longevidade reconhecida
- Continuidade na família/empregados
- Produção
- Marca e produto identitários
- Raridade/originalidade
- Arquitetura e imagem interior
- Arquitetura e imagem exterior
- Espólio
- Representação social

No programa Lojas Memória a candidatura pode ser proposta por qualquer pessoa, singular ou coletiva, de direito público ou privado, e deve ser apresentada através de formulário próprio, disponibilizado para o efeito no website da Câmara Municipal de Viana do Castelo. O preenchimento do formulário integra os seguintes elementos:

- Identificação do proponente da candidatura
- Revê memória descritiva e justificativa da apresentação da candidatura, dando cumprimento aos critérios para atribuição da distinção Loja Memória
- Fotografias antigas, se existirem, e atuais da loja, datadas e legendadas
- Outros elementos que comprovem a informação apresentada, designadamente comprovativo de antiguidade do estabelecimento

Após a apresentação dos documentos, o grupo designado pela Câmara Municipal de Viana do Castelo para avaliação das candidaturas, analisa o pedido, visita o local, entrevista o proponente e promove a junção dos elementos adicionais que considerar pertinentes, elabora a informação conjunta, com proposta de atribuição ou não

atribuição da distinção, fundamentada na demonstração da pontuação obtida face aos critérios estabelecidos.

O documento de criação dos critérios necessários para que uma loja pudesse fazer parte do programa foi antecedido por visitas a todos os estabelecimentos comerciais de Viana do Castelo, num total de 498 locais e a escolha de pouco mais de cem que estariam aptos para concorrer à distinção Lojas Memória.

O projeto prevê para além da salvaguarda do património da loja, a criação de circuitos de visitação e atribuição de benefícios fiscais em apoio aos proprietários.

A distinção tem validade mínima de 4 anos e é renovada automaticamente, exceto se o estabelecimento sofrer alterações que prejudiquem os critérios de atribuição.

4.3. Braga e a iniciativa Lojas com História

Em 29 de julho de 2019 o Município de Braga e a Associação Comercial de Braga promoveram a iniciativa ‘Conversas de Pelouro – Lojas com História’, realizada no Café Viana, no âmbito da segunda fase do projeto também denominado Lojas com História.

O encontro contou com as intervenções de Miguel Bandeira, vereador da Câmara Municipal de Braga, de Rui Mendes, da Associação Comercial de Braga e de José Alberto Rios Fernandes.

O projeto para Braga, assim como o programa análogo criado em Lisboa, prevê a dinamização de iniciativas que visam apoiar a preservação de estabelecimentos e entidades reconhecidos como de valor coletivo. Designadamente através da aplicação de um regulamento de benefícios, incentivos e apoios de diversas naturezas.

A distinção será atribuída em função de apuramento técnico especializado do interesse cumulativo da atividade, bem como da existência e preservação de elementos patrimoniais materiais, culturais e históricos.

Neste âmbito, o Município de Braga, em articulação com a Associação Comercial de Braga, constituiu um grupo de trabalho que tem vindo a desenvolver investigação

neste setor. A equipa é coordenada por José Alberto Rios Fernandes, especialista em Urbanismo Comercial, e já identificou 125 lojas passíveis de serem classificadas.³²



Figura 8: Cartazes de promoção dos encontros para o projeto Lojas com História de Braga. Fonte: Câmara Municipal de Braga. Consultado em 15 de outubro de 2019. Disponível em <<https://www.cm-braga.pt/pt/1301/home/agenda/item/item-1-7344>>

4.4. Vizela e a iniciativa Lojas com História

Em cumprimento do disposto do artigo 56º da Lei n.º 75/2013, de 12 de setembro e no artigo 139º do Decreto-Lei nº 4/2015, de 7 de janeiro, a Assembleia Municipal de Vizela, aprovou o Regulamento Municipal de Reconhecimento de Estabelecimentos e Entidades de Interesse Histórico e Cultural ou Social Local, denominado Lojas com História, assim como no projeto análogo de Lisboa.

O reconhecimento de estabelecimentos e entidades de interesse histórico e cultural ou social local é atribuído em função do interesse da sua atividade, bem como da existência e preservação de elementos patrimoniais materiais e imateriais, permitindo que as entidades beneficiadas possam ter acesso a programas nacionais de

³² Câmara Municipal de Braga. Disponível em: <<https://www.cm-braga.pt/pt/0201/home/noticias/item/item-1-9689>>, consultado em 12 de outubro de 2019.

apoio e incentivo à proteção dos referidos estabelecimentos e à proteção prevista no regime jurídico das obras em prédios arrendados. (CMV, 2018)

De acordo com o Regulamento Municipal de Reconhecimento de Estabelecimentos e Entidades de Interesse Histórico e Cultural ou Social Local, o programa Lojas Com História, da Câmara Municipal de Vizela, tem como objetivo o reconhecimento de estabelecimentos e entidades de interesse histórico e cultural ou social local, que se destacam por suas características únicas e reconhecido valor para a identidade do território do Município. Outros objetivos são a valorização da história de Vizela, promovendo-a e atraindo, desta forma, visitantes e desenvolvendo o comércio tradicional no Concelho.

Durante a apresentação do programa, o Presidente da Câmara Victor Hugo Salgado destacou que não se trata de uma medida isolada de apoio ao comércio local, e que a ela juntam-se outras como o Prémio Municipal de Reabilitação Urbana – “Vizela Reabilita”, que distingue as três melhores iniciativas de promoção de reabilitação e regeneração urbana; o Roteiro pelas Empresas e Comércio, que reforça a proximidade entre a Autarquia e os investidores privados; a Área de Reabilitação Urbana (ARU) do centro de Vizela e o projeto de requalificação da Praça da República e Jardim Manuel Faria.

Podem candidatar-se estabelecimentos com longevidade reconhecida há pelo menos 25 anos, com significado para a história local, cujo objeto identitário assente na manutenção de uma função histórica, cultural ou social, assim como o facto de serem únicos no quadro das suas atividades, em função do seu uso original.

No programa de Vizela, a Câmara Municipal atribui um prémio monetário no valor de 3.000€ por ano aos primeiros 10 estabelecimentos e entidades reconhecidos como de interesse histórico e cultural ou social local, apostando num projeto de dinamização e de investimento no incentivo e apoio ao comércio local.

4.5. Outras iniciativas por Portugal

Foi publicado em 6 de fevereiro de 2018, no site oficial da Câmara Municipal de Ponta Delgada, o anúncio feito pelo Presidente da Câmara José Manuel Bolieiro da criação e implementação de um regulamento municipal para a proteção e reconhecimento dos comércios tradicionais do centro histórico da cidade.

Funchal, reconhecida por ser a primeira cidade portuguesa fora de Portugal, criou o Projeto de Revitalização do Comércio do Funchal, que visa promover a requalificação e a revitalização do setor do comércio e serviços, através do incentivo e atratividade das zonas comerciais tradicionais da cidade e da elevação da qualidade de seus produtos e serviços prestados. Como objetivo, a Câmara Municipal de Funchal espera melhorar a qualidade de vida dos seus cidadãos.

O programa de revitalização, que ainda está sendo elaborado, foi precedido pelo Estudo de Caracterização e Diagnóstico do Comércio e serviços do Funchal, que possibilitou um conhecimento aprofundado do setor.

4.6. Comércio com História



Figura 9: Logo do Programa Comércio com História. Fonte: Direção Geral das Atividades Económicas. Disponível em: <https://www.dgae.gov.pt>, consultado em 25 de julho de 2019.

A Direção – Geral das Atividades Económicas, baseada na Lei de criação do Projeto Lojas com História, lançou recentemente um plano piloto do Inventário Nacional

denominado *Comércio com História*, que une todas as informações sobre 172 estabelecimentos comerciais distinguidos dos municípios de Lisboa, Porto, Coimbra, Funchal e Fundão. O inventário está disponível na plataforma online³³, onde é possível consultar a localização de estabelecimentos e entidades de diversas áreas de atividade, reconhecidas por suas autarquias.

Assim com acontece às lojas distinguidas pelo Projeto Lojas com História, de Lisboa, os estabelecimentos reconhecidos como Comércio com História também poderão aceder a benefícios ou isenções fiscais concedidas pelos municípios.

É uma iniciativa que une o governo e as autarquias de todo o país, promovendo a inventariação de lojas históricas em todo o território nacional. Enquanto os municípios deverão inventariar e reconhecer as lojas, comunicar ao Estado sobre a distinção municipal e aprovar regulamentos municipais que protejam esses estabelecimentos de interesse histórico e cultural, o Governo deverá gerar programas de apoio e incentivo à proteção desses locais, seja por medidas pontuais ou por programas mais abrangentes de apoio ao comércio tradicional.

Baseado na Resolução da Assembleia da República n.º 100/2016, de 6 de junho, o projeto Comércio com História surge para permitir a criação de uma identificação distintiva para atribuir às lojas e estabelecimentos de interesse histórico e cultural, juntamente com as autarquias locais, valorizando e protegendo esse património histórico e cultural ou social local de cada cidade.

Tendo em vista a importância desempenhada pelo comércio tradicional na história de Portugal e percebendo a identidade portuguesa nesses estabelecimentos, o governo uniu iniciativas tomadas ao longo do país, políticas públicas desenvolvidas pelas autarquias, que apoiam as lojas e seus proprietários, garantindo a atividade económica, a criação de empregos e a atração de visitantes.

Dentro do projeto Comércio com História, os municípios têm papel fundamental na distinção das lojas, competindo a eles criar o inventário e reconhecer os estabelecimentos que apresentam interesse histórico, cultural ou social, preservar

³³ <https://www.comerciocomhistoria.gov.pt/>

elementos patrimoniais, sejam eles materiais ou imateriais e comunicar ao Estado a identificação desses estabelecimentos, aprovar regulamentos de proteção a essas lojas.

Para serem reconhecidos pelo programa, os estabelecimentos precisam cumprir alguns critérios, que são a atividade, o património material e o património imaterial, mas os municípios efetuam o reconhecimento aplicando critérios específicos criados por cada autarquia. Assim também acontecem com as medidas de proteção, que são definidas por cada Município.

Ao Governo compete assegurar a existência de programas nacionais de apoio, incentivo e proteção dessas entidades de interesse histórico e cultural, e criar um inventário nacional desses estabelecimentos.

Em maio do ano presente, a Direção-Geral das Atividades Económicas - DGAE apresentou uma plataforma nacional de inventário desses estabelecimentos e a proposta de lançamento de um cartão fidelização, que dará benefícios aos clientes das lojas com a distinção Comércio com História.

Ao todo são 201 lojas contempladas com a distinção Comércio com História distribuídas pelo território nacional, destas 3 são floristas, 4 de serviços e reparações, 25 com produtos para o lar, 22 de vestuários, 22 consideradas comércio alimentar tradicional, 12 de artes e ofícios, 13 voltadas para a área da saúde e da beleza, 3 com produtos para desporto, 22 com serviços de cultura e lazer, 13 para os setores de tabacarias, papelarias e brinquedos, 15 ourivesarias ou relojoarias e 47 voltadas para a restauração ou hotelaria.

O Governo afirmou recentemente que o projeto Comércio com História, além da dimensão de interesse histórico, cultural e social, é muito relevante para o turismo, destacando a capacidade para projetar internacionalmente as cidades portuguesas e o país³⁴.

Segundo a Ministra da Cultura, Graça Fonseca, “preservar estes espaços de cultura também passa por promover o turismo de uma forma diferente, também passa

³⁴ Agência Lusa, publicado em 30 de maio de 2019. Disponível em <<https://www.dnoticias.pt/pais/governo-diz-que-comercio-com-historia-e-muito-relevante-para-sector-do-turismo-DM4824423>>, consultado em 23 de outubro de 2019.

por arranjar formas de diferenciar o país perante outros países, no panorama global, para chegar também aos turistas e aos potenciais estrangeiros que se quer atrair para Lisboa e para as outras cidades.”

4.7. Medidas protetivas pelo mundo

4.7.1. Casos em Espanha

Em várias cidades do mundo foram criadas iniciativas para proteger o património cultural envolvido nos estabelecimentos comerciais. Na maioria das vezes são lojas centenárias e com grande representatividade na memória das pessoas locais.

Ainda na década de 80 foi tomada uma iniciativa, no período de Tierno Galván: naquela época estabeleceu-se um catálogo com todas as lojas protegidas centenárias de Madrid. Segundo Osório (2019): *“Esta protección ha contribuido a que podamos seguir disfrutando de sus productos de calidad, del trato cercano, de su inigualable estética, porque no solo son tiendas, son parte del patrimonio cultural de nuestra ciudad”*. Esses catálogos estão disponíveis na Subdirección General de Gestión Privada, em Madrid e em 2007 foi feita a revisão do mesmo, atualizando os dados, onde foram suprimidas 300 lojas.

Atualmente existe uma plataforma digital sob o domínio Comercio Centenario de Madrid³⁵, pertencente à *Asociación de los Establecimientos Centenarios y Tradicionales de Madrid*, e uma aplicação para *smartphones* e *tablets* que apresentam as histórias das lojas centenárias distinguidas pelo projeto. Esses comércios também recebem uma placa de distinção, feita segundo um desenho do cartunista e jornalista Antonio Mingote, que apresenta o nome da loja, o ano de fundação da mesma e a menção: *“El Ayuntamiento de Madrid agradecido por los servicios a la Ciudad”*. As placas são fixadas no passeio em frente ao estabelecimento.

³⁵ Disponível em: <http://www.comercioscentenariosdemadrid.es/index_esp.html>, consultado em 14 de outubro de 2019.

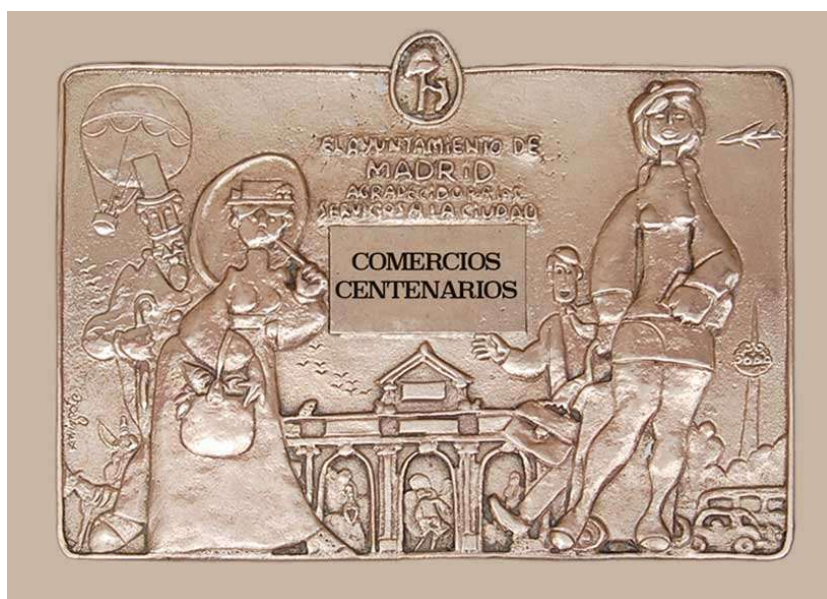


Figura 10: Placa com distinção dos Comércio Centenários de Madrid. Fonte: Site dos Comércio Centenários. Consultado em 14 de outubro de 2019. Disponível em http://www.comercioscentenariodemadrid.es/index_esp.html

Assim como tem acontecido em Lisboa, a nova Lei do Arrendamento de Barcelona, incrementada em 2013, também causou o encerramento de diversas lojas tradicionais. A lei obrigou os comércio que pagavam rendas antigas a atualizar os valores de acordo com o mercado na época. Esse aumento nas rendas era um peso enorme para quem tinha como concorrência grandes multinacionais. Lojas como a Librería Catalònia (1924), a Librería Canuda (1931) e a Sastrería Modelo (1875) encerraram seu trabalho e deram lugar a lojas como Mc Donalds, Mango e H&M, e essas são só algumas de tantas outras que não aguentaram os altos valores de renda e a especulação imobiliária.

Para tentar contornar esse problema e manter as lojas tradicionais que ainda estavam a aguentar-se, foi criado o Plano Específico para a Proteção e Promoção dos Estabelecimentos Emblemáticos, que tinha como objetivo reconhecer a importância deste comércio tradicional e estabelecer uma série de atuações que contribuíssem para sua proteção e conservação.

O Governo Municipal apresentou uma medida para proteger e promover os estabelecimentos emblemáticos. O objetivo de tal medida era conservar as lojas como marcos dentro de um mapa comercial em contante transformação.

Ainda assim as medidas de proteção não foram suficientes para impedir o fechamento de outras várias lojas, que por outras tantas razões – falta de sucessão, a inviabilidade do negócio (mudanças nos hábitos de consumo, competências mais atrativas ou eficientes) e a pressão imobiliária, e acabou-se por perder este pedaço de história e cultura do centro de Barcelona, perdendo-se também todo o património arquitetónico e mobiliário.

Segundo a Câmara Municipal de Barcelona³⁶, as medidas de urgência adotadas pelo Governo são:

- A criação da relação com os estabelecimentos emblemáticos – Definindo o número de lojas.
- Suspensão de licenças de obras e atividades – Congelando as transformações ou atuações urbanísticas sobre os comércios emblemáticos, para evitar o desmantelamento de algum destes estabelecimentos.
- Comunicado individualizado aos proprietários e inquilinos dos estabelecimentos – A fim de explicar seu alcance assim como o conteúdo da medida, pondo a seu serviço os canais adequados de atenção através dos quais se resolveram todas as dúvidas ou demandas.
- Criação de uma Comissão Técnica de Comércio Emblemático – Essa Comissão foi criada dentro do Instituto Municipal de Paisagem Urbana e era formada por técnicos da Gerência Adjunta de Urbanismo, do Instituto Municipal de Paisagem Urbana, da Direção de Comércio e Consumo, do Distrito de Ciutat Vella y Eixample, do Barcelona Activa, da Associação de Comércios Emblemáticos, do Conselho de Grêmios e da Fundação Barcelona Comércio, e teve as seguintes funções:
 - Definir o que são estabelecimentos emblemáticos e os níveis de proteção que corresponde a cada tipologia.

³⁶ Disponível em: <<https://ajuntament.barcelona.cat/comerc/es/actualidad/plan-para-la-proteccion-y-promocion-de-los-establecimientos-emblematicos>>, consultado em 12 de outubro de 2019.

- Analisar e propor a proteção de diversos estabelecimentos em função de graus de proteção previamente determinados.
- Informar o Plano Especial de Proteção aos comerciantes.
- Informar as licenças de obras, modificação ou ampliação das atividades destes estabelecimentos.

Por meio de uma pesquisa detalhada de todos os estabelecimentos relacionados, como possíveis estabelecimentos emblemáticos, uma análise do estado real da incidência da Lei de Arrendamentos Urbanos, atualizou os dados dos estabelecimentos e sua relação contratual com os proprietários, perspectivas futuras do negócio, idade e expectativas futuras do negócio, idade e expectativas de sucessão do proprietário, para priorizar no tempo os destinatários das ações desta medida.

Também foi importante a criação de um serviço de atenção integral aos estabelecimentos emblemáticos, para atender a cada caso específico e derivá-lo com conhecimento de seu problema aos atores correspondentes da presente medida. As consultas seriam tratadas de maneira abrangente, tanto para os proprietários das atividades afetadas, seja no estabelecimento de aluguel ou propriedade, quanto para os proprietários dos estabelecimentos onde as atividades são realizadas.

Este serviço foi enquadrado no catálogo de serviços do Escritório de Atenção à Empresa e atendeu às demandas mediante agendamento. Existia ainda o serviço de assessoria jurídica para manter a negociação de contratos de aluguel pelo Serviço de Orientação Jurídica, atualmente estabelecido por meio de um acordo com a Ordem dos Advogados de Barcelona (ICAB).

O estabelecimento emblemático podia ser protegido de três perspectivas diferentes: a proteção a propriedade, a proteção da propriedade móvel ou património móvel, e proteção do bem cultural intangível – ou património imaterial.

De acordo com o documento criado pela Câmara de Barcelona, o instrumento para a proteção de imóveis e bens móveis que compõe o comércio emblemático deve ser realizado por meio de catálogos especiais e planos de proteção do Patrimônio Histórico e Artístico. Existem dez, um por distrito. Por meio dessa proteção, é garantida

a preservação do património, isto é, da propriedade e do conteúdo e de seu conteúdo, ou seja, dos móveis do comércio emblemático. Isso é determinado no inventário correspondente que aparece no Plano Especial e detalha quais elementos e propriedades móveis estão protegidos e com que limitações.

Uma vez concluída a tarefa da Comissão Técnica de Comércio Emblemáticos e Singulares, e realizados os trabalhos nos patrimónios imóveis e móveis, com valor histórico e cultural, a proteção da atividade, entrava em tramitação o Plano especial de proteção dos comércio emblemáticos dentro do prazo de um ano da suspensão das licenças.

O Plano também dirigia atuações aos comerciantes que não eram proprietários do local onde exerciam seus negócios e que poderiam ter problemas com a viabilidade económica causada pela atualização da renda do local. Esses comerciantes poderiam ser acompanhados ou assessorados no processo de mudança de modelo de negócio, na negociação ou mediação da propriedade, assim como na definição da estratégia empresarial ou diversificação a seguir.

Paralelamente ao processo de censo e catalogação das lojas, o Instituto de Paisagem Urbana de Barcelona oferecia uma assessoria técnica e subsídios para a restauração e a conservação dos estabelecimentos emblemáticos que solicitassem. Outras ajudas económicas que também poderiam ser requisitadas eram para a renovação e melhoria da imagem exterior, para a conservação e melhoria dos elementos de interesse patrimonial, histórico e cultural, além de ajuda para renovação das fachadas.

A ideia da Câmara de Barcelona era divulgar a riqueza e a singularidade deste comércio com o objetivo de promover o consumo entre os cidadãos e turistas que quisessem contribuir com a sustentabilidade dessas lojas. É necessário, contudo dar a conhecer o valor agregado que estas lojas dão a cidade, tanto pela questão arquitetónica, como também por sua especialização e larga experiência na atividade praticada.

Logo depois da criação do Plano de Proteção dos Estabelecimentos Emblemáticos, o Instituto de Paisagem Urbana de Barcelona distinguiu 125 lojas com a placa *Guapos Para Siempre*. Estas lojas souberam como desenvolver sua atividade económica conservando os valores artísticos da decoração original. Também foram distinguidos 12 comércios com a placa *Arraigados Pela Ciudad*, que é uma distinção para os estabelecimentos que contribuíram após décadas desenvolvendo a mesma atividade, e que conseguiram estabelecer vínculos transgeracionais associativos ou de vizinhança, mas que apesar de tudo, muitas vezes permanecem anónimos em relação à cidade.

Infelizmente, a proteção dos ativos imobiliários não foi suficiente para evitar a cessação ou mudança de atividade, por mais que limite e detalhe as ações possíveis. Foi criado um grupo de trabalho no qual o objeto e o impacto da proteção da atividade foram analisados como um Bem Imaterial de Interesse Cultural.

4.7.2. Caso do Rio de Janeiro

Em 1979, na cidade do Rio de Janeiro, foi criado um projeto para salvaguardar o Centro Histórico e os conjuntos arquitetónicos representativos de várias fases de ocupação da cidade. Este programa deu início a inúmeras políticas públicas para a proteção do ambiente construído na zona histórica da cidade do Rio de Janeiro, além de ser replicado para diversas outras cidades no Brasil. O chamado Corredor Cultural foi inicialmente criado pelo arquiteto Augusto Ivan de Freitas, ainda na década de 70 para proteger e salvaguardar o comércio da região denominada SAARA (Sociedade dos Amigos e das Adjacências da Rua da Alfândega). Ao longo desse período várias iniciativas foram criadas dentro do projeto, uma delas foi o lançamento, em 1985, de uma brochura chamada Como Recuperar, Reformar ou Construir Seu Imóvel no Corredor Cultural, que ainda hoje serve como referência aos proprietários de imóveis dentro dessa zona de preservação.

Na figura abaixo, podemos ver os desenhos formados pelos conjuntos arquitetónicos protegidos pelo Corredor Cultural do Centro Histórico do Rio de Janeiro.



Figura 11: Mapa da Cidade do Rio de Janeiro com a delimitação das áreas protegidas pelo Programa Corredor Cultural. Fonte: Consultado em 08 de agosto de 2019. Disponível em: <<http://www.multirio.rj.gov.br/index.php/leia/reportagens-artigos/reportagens/993-mapa>>

Os propósitos permanentes do projeto Corredor Cultural são orientar proprietários e locatários na recuperação e manutenção dos prédios, na colocação dos letreiros, desenvolver pesquisas históricas sobre a história da arquitetura do local e do urbanismo para auxiliar na escolha das cores das fachadas e nas reformas dos interiores. Outro fator importante é a mobilização da opinião pública sobre a importância da preservação dessa zona, de seu comércio e de seus moradores.

Como contrapartida para a manutenção correta desses edifícios, realizadas por seus proprietários, a Prefeitura do Rio de Janeiro oferece isenção de impostos e taxas municipais, além de oferecer orientação técnica.

Capítulo 5 - Conclusão e Recomendações

Após a análise de todas as informações captadas ao longo do processo de desenvolvimento da investigação sobre o projeto *Lojas com História*, sobre as medidas adotadas em outras cidades e outros países, podemos concluir que, o projeto *Lojas com História* é uma iniciativa inédita de patrimonialização do comércio ancorada nos objetivos de preservação e conservação do comércio tradicional lisboeta, contudo necessita melhorias para que se possa constituir como um processo sustentável ao longo do tempo.

Na Tabela 3 é feita uma análise comparativa entre as iniciativas de algumas autarquias e os seus benefícios:

LISBOA	PORTO	VIANA DO CASTELO	VIZELA
<ul style="list-style-type: none"> • Proteção para estabelecimentos a partir de 25 anos • Divulgação da marca em vários suportes diferentes <ul style="list-style-type: none"> ◦ Dístico na fachada ◦ Exposição e livro ◦ Site e redes sociais • Benefícios ou isenções fiscais • Direito de preferência nas transmissões onerosas dos imóveis • Proteção no regime jurídico do arrendamento urbano • Proteção no regime jurídico das obras em prédios arrendados • Proteção do contrato de arrendamento por no mínimo 5 anos 	<ul style="list-style-type: none"> • Proteção para estabelecimentos a partir de 25 anos • Isenção de taxas de publicidade e ocupação do domínio público • Formação de consultoria em domínios específicos e direcionados à atividade comercial • Criação de mecanismos de visibilidade • Criação de roteiros culturais temáticos • Isenção do IMI • Isenções fiscais para obras no imóvel onde encontram-se lojas protegidas • Proteção no regime jurídico do arrendamento urbano • Proteção no regime jurídico das obras em prédios arrendados 	<ul style="list-style-type: none"> • Proteção para estabelecimentos a partir de 50 anos • Criação de roteiros culturais temáticos • Benefícios ou isenções fiscais 	<ul style="list-style-type: none"> • Proteção para estabelecimentos a partir de 25 anos • Atribuição de prémio de 3.000€ anuais para os primeiros 10 estabelecimentos e entidades reconhecidos • Benefícios ou isenções fiscais

Tabela 3: Tabela comparativa entre as iniciativas de preservação do património de estabelecimentos comerciais em Portugal.

Analisando a tabela, podemos constatar que Lisboa foi pioneira na iniciativa e gerou muitas ideias de proteção das lojas, mas cada autarquia tem uma visão diferente de proteção, acabando por criar as suas políticas próprias de acordo com esses pensamentos. Seria fundamental estudar cada visão e tirar partido para a criação de uma política protecionista que englobasse os mais diversos aspetos, tentando assim dar suporte cada vez maior para a sustentabilidade desses estabelecimentos, e consequentemente do património identitário local.

Das contribuições que o projeto *Lojas com História* proporciona às lojas com distinção, a maior é a *possibilidade do uso de um fundo monetário que ajuda a custear obras de conservação e preservação das mesmas*. Criando condições para que os comerciantes tenham como manter a originalidade da loja, conservar o seu comércio e ainda ter condições de pagar essas obras sem se endividar em demasia.

Outra grande ajuda está na possibilidade de *manter as rendas em valores possíveis de serem pagos* pelos inquilinos famosos. Mas que perde importância quando o proprietário da loja, também é o proprietário do espaço onde a mesma está instalada. É o que acontece com a Casa Achilles, que está situada em edifício próprio, segundo seu proprietário António Lucas. Por outro lado, seria necessário tentar um acordo com os proprietários e os inquilinos para acertar um valor renda que atenda aos dois, para que não haja vantagens de um sobre o prejuízo do outro. Pois após tantos anos com rendas estagnadas em valores baixos, há sim a necessidade de adaptar esses valores à realidade atual, mas não baseada na especulação imobiliária. Sem nos esquecer que os imóveis acabam por ser isentos de IMI. E a questão das rendas devem atingir não somente os comerciantes, como também criar condições para que estes bairros tão tradicionais possam novamente ter moradores e garantir a preservação da memória social local e da identidade lisboeta.

A *divulgação das lojas é outro fator de grande importância* no programa, as pessoas precisam saber da existência desses estabelecimentos, e é bom que conheçam um pouco de sua história. Assim como pudemos ver nas iniciativas do Porto, que isentam as taxas de publicidade para as lojas reconhecidas. Porém a forma como essa divulgação vem sendo feita em Lisboa, cria no espectador a sensação de que as lojas

funcionam quase como museus e acaba por atrair visitantes, não necessariamente consumidores, que são o que as lojas realmente precisam. Está havendo uma tentativa de *musealização do espaço das lojas* no sentido de congelá-las no tempo, para alguns comerciantes esse movimento pode ser interessante, como é o caso da *Au Petit Peintre*, onde o proprietário por iniciativa própria, acabou por musealizar parte da loja, e hoje em dia faz dela uma pequena galeria de arte.



Figura 12: Uma das montras criadas na Au Petit Peintre, com objetos antigos e a foto dos primeiros proprietários. Fonte: Arquivo pessoal – 06 de junho de 2019

Mas para outros proprietários, principalmente os que ofertam serviços somente – caso da Casa Aquilles, esse movimento de visitantes, que estão lá, geralmente para fotografar o espaço, e que em sua maioria não gera renda para a loja, pode ser prejudicial. A divulgação, para além de mostrar a história de cada loja, deve mostrar também as possibilidades delas: O que pode ser feito ou comprado nesses comércios? Seria bom criar uma consciência sobre a importância dessas lojas enquanto património identitário de Lisboa e memória afetiva de seu povo, e mostrar às pessoas que ao comprar nesses estabelecimentos, estão a contribuir para a subsistência desses espaços e consequentemente para a manutenção de sua própria história.

Nos dias atuais, ao caminhar pela rua Augusta e demais ruas da baixa, encontramos um cenário que a cada dia parece perder mais sua identidade. As montras abertas são, na sua maioria, de lojas pertencentes a grandes grupos empresariais, podemos encontrar *collants*, acessórios para telemóvel, vacas, bancos, imãs de geladeira e porta chaves, igualmente em quantidade são os cafés e os restaurantes, com esplanadas constantemente cheias, mas é possível reparar que essa é uma zona internacionalizada e que já não há muito da identidade de Portugal neste espaço. Ora bem, se um dos fatores que tornam Lisboa atrativa aos turistas é o seu património cultural, se é a identidade da cidade intrínseca em cada esquina, o que irá atraí-los caso a cidade perca sua identidade? Precisamos de forma urgente parar essa invasão de lojas de lembranças e grandes marcas, e criar condições para que jovens locais possam abrir empresas e comércios naquela zona e incentivar a abertura de mais lojas com produtos e serviços tipicamente portugueses, estabelecimentos que um dia poderão se candidatar ao programa *Lojas com História*, marcando uma nova época, para futuras gerações – dando continuidade à preservação do património identitário da cidade. E essa é uma iniciativa esperada por alguns comerciantes já agraciados com a distinção: Elisabete Monteiro, da *Pequeno Jardim* diz que poderiam ser alargados os critérios a outros tipos de negócios, aliviar-lhes a carga fiscal e alargar a lei dos contratos para poderem continuar em funcionamento.

Outro fator importante para a discussão em torno do *Programa Lojas com História*, é a questão da *descaracterização arquitetónica*, pois como já vimos anteriormente, conforme há mudanças nos consumos, as lojas precisam se adaptar a eles assim com às novas tecnologias e produtos, é claro, mantendo sua essência e pormenores arquitetónicos que as mantenham com a mesma ambiência. Não nos podemos esquecer que são lojas centenárias e que há o desgaste dos materiais construtivos e de revestimento das lojas, não se pode exigir que as lojas mantenham seus pisos originais, por exemplo, caso estejam em mal estado de conservação, nem um mobiliário em madeira, se estiverem infestados de insetos. Dito isto, há de ser perceber o porquê a Livraria Bertrand do Chiado pôde receber a distinção, mesmo não mantendo

suas características originais enquanto a Sapataria Arte não a recebeu pela alegação de estar descaracterizada.

Essa não é uma crítica às mudanças feitas à livraria, pelo contrário, é essencial que o comércio em questão possa evoluir de acordo com seu público, aliás, a Bertrand acabou por criar novos atrativos quando inaugurou o Café Bertrand, em maio de 2017, além de ser apenas um local de comércio, seus clientes podem desfrutar do espaço e ficar mais tempo na livraria.



Figura 13: Café Bertrand localizado na Livraria Bertrand do Chiado. Fonte: Livraria Bertrand. Consultado em 24 de outubro de 2019. Disponível em: <<https://www.bertrand.pt/template/livraria-bertrand-do-chiado>>

Outros comerciantes precisaram fazer obras para sanar problemas de desgaste dos materiais, como foi o caso da *A Carioca*, que teve o teto e o piso substituídos por apresentar risco:



Figura 14: Forro metálico da A Carioca. Fonte: Arquivo pessoal – 06 de junho de 2019

Na foto podemos ver que ao modificar o forro, o proprietário aproveitou para instalar o sistema anti-incêndio e o ar condicionado, além de modernizar a iluminação, e mesmo usando um material completamente distinto do revestimento original (o que é recomendado pela Carta de Veneza – marcar as intervenções com materiais contemporâneos evitando o falso histórico), a loja não sofreu grande descaracterização.

O projeto *Lojas com História* foi criado para atender a uma demanda de forma emergencial, já que muitas lojas fecharam antes mesmo da iniciativa ser anunciada, mas pode ser considerado *um marco para a preservação do património identitário de Lisboa*. As ações tomadas até agora, conseguem, de alguma forma aumentar o tempo de vida das lojas distinguidas, consequentemente, parte do património identitário de Lisboa está sendo preservado juntamente com elas.

Entre as medidas a tomar pela Câmara Municipal de Lisboa, para além de tudo o que já tem sido feito, deveria ser o *alargamento da sua atuação com a criação de apoios para os retalhos independentes que ainda não possuem tempo nem pontuação* para candidatar-se ao programa Lojas com História.

Apesar de possuir um grande elenco de profissionais de diversas áreas para pensar em como patrimonializar, proteger e conservar o comércio tradicional de Lisboa,

recomenda-se que seja dada *voz aos comerciantes*. Eles, mais do que ninguém, percebem o que lhes faz falta, o que pode os pode ajudar a manter seu comércio. Seria interessante que houvesse um representante dos lojistas dentro do grupo de estudos do programa Lojas com História.

Por outro lado, o programa deveria levar aos comerciantes, estruturas para que estes possam adaptar as vendas ao mundo atual: criar condições para vendas *online*, pensar em estratégias de marketing, pensar na evolução dos seus produtos. Criar *workshops* de atualização dos comerciantes e das formas de venda, com a abertura comercial para países de todo o mundo, o comércio deve ser encarado de forma um pouco mais dinâmica, alargar o público de cada loja e as formas de chegar até os clientes

Será ainda necessário ampliar o alcance do projeto para todas as freguesias de Lisboa e nisso a Câmara já conta com o apoio da União das Associações de Comércio e Serviços (UACS), pois não se pode pensar em preservar o comércio apenas olhando pela ótica do turismo, deve-se lembrar que este é só um dos setores favorecidos com as medidas protetivas às lojas. É uma forma de pensar a patrimonialização do comércio como fator social e não puramente económico.

Ainda há muito o que ser feito para evitar que cidades como Lisboa percam suas referências mais importantes e a sua identidade. Esperemos que a especulação imobiliária reduza, ou ao menos desista de dissolver tudo aquilo que para alguns pode ser velho, atrasado, mas que para muitos é história, e é parte de um futuro a ser construído.

Por último, devemos realçar a Resiliência, a capacidade de superação e de recuperação de dificuldades. É assim que as lojas que fazem parte deste programa e muitas outras com anos de história e contributo para a sociedade vêm passando pelos anos. Superando dificuldades, recuperando dos revezes que teimam em acontecer uma vez ou outra. Com o passar dos anos essas lojas foram se reinventando, sem que perdessem sua essência. Devem continuar a nos inebriar com seu cheiro de café torrado recém moído, ou com o cheiro doce que vêm das flores, ou ainda com o cheiro do papel e da tinta. Devem continuar com pessoas extremamente gentis e atenciosas atrás de seus balcões para servir e fazer-se escutar, a contar histórias de outrora.

Referências Bibliográficas

- AAKER, D. A.; KUMAR, V.; DAY, G. S. Pesquisa de Marketing. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2004. ISBN-13: 978-8522437252
- ABREU, J.G. O Comércio como Património. Ou a Patrimonialização do Comércio. Lisboa. 2018. [Consult. 24 Jun. 2019]. Disponível em: <https://www.academia.edu/38387440/O_Com%C3%A9rcio_como_Patrim%C3%B3nio_Cultural._Ou_a_Patrimonializa%C3%A7%C3%A3o_da_Atividade_Comercial>
- ANDERSON, B. Comunidades imaginadas. Lisboa: Edições 70, 2012. ISBN: 9789724417189
- AMOUGOU, E. La Question patrimoniale. De la Patrimonialisation à l'analyse des situations concrètes. Paris: Le Harmattan, 2004. ISBN: 2-7475-6512-2.
- AYUNTAMIENTO DE BARCELONA. Plan para la protección y promoción de los establecimientos emblemáticos. Comercio. Barcelona: 2014. [Consult. 29 Out. 2019]. Disponível em: <<https://ajuntament.barcelona.cat/comerc/es/actualidad/plan-para-la-proteccion-y-promocion-de-los-establecimientos-emblematicos>>
- BALSAS, C.J.L. Urbanismo Comercial e Parcerias Público-Privado. GEPE/Ministério da Economia: Lisboa, 2002. ISBN: 9789728170943.
- BALSAS, C.J.L. Urbanismo Comercial em Portugal e a revitalização do centro das cidades, GEPE/Ministério da Economia: Lisboa, 1999. ISBN: 9789728170554.
- BARRANHA, H. Património cultural: conceitos e critérios fundamentais. Lisboa: IST Press e ICOMOS – Portugal, 2016. ISBN: 978-989-8481-51-1. Disponível em: <<http://istpress.tecnico.ulisboa.pt/node/428>>
- BENEVOLO, L. O último capítulo da arquitetura moderna (José Eduardo Rodil, Trad.). Lisboa: Edições 70. 2009. ISBN: 9789724414027.
- CÂMARA MUNICIPAL DE LISBOA. Estratégias para a cultura na cidade de Lisboa. 2017. [Consult. 10 nov. 2018]. Disponível em: <<http://www.cm-lisboa.pt/viver/cultura-e-lazer/estrategias-para-a-cultura>>

- CÂMARA MUNICIPAL DE LISBOA. Lojas com História. Lisboa: Tinta da China, 2017. ISBN: 9789896713980.
- CÂMARA MUNICIPAL DO PORTO. Edital N.º I/33921/18/CMP. 2018. [Consult. 21 jun. 2019]. Disponível em: <<http://www.cm-porto.pt/editais/regulamento-porto-de-tradicao>>
- COMISSÃO DAS COMUNIDADES EUROPEIAS. Livro verde sobre o comércio. Bruxelas: 1996. [Consult. 30 Jun. 2019]. Disponível em: <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:52008DC0466&from=SK>>
- COMITÉ DE MINISTROS DO CONSELHO EUROPEU. Estratégia do Património Cultural Europeu para o Século XXI. 2017. [Consult. 30 Jun. 2019]. Disponível em: <<http://anoeeuropeu.patrimoniocultural.gov.pt/wp-content/uploads/2017/08/Estrat%C3%A9gia-para-o-Patrim%C3%B3nio-Cultural-para-o-s%C3%A9culo-XXI-.pdf>>
- COMITÉ DE MINISTROS DO CONSELHO EUROPEU. Carta Europeia do Património Architectónico – Carta de Amsterdão. 1975. [Consult. 30 Jun. 2019]. Disponível em: <<http://www.patrimoniocultural.gov.pt/media/uploads/cc/CARTAEUROPEIADO-PATRIMONIOARQUITECTONICO.pdf>>
- CORREIO DA MANHÃ. Lojas com História. Suplemento integrante da edição n.º 13702. Lisboa (2016).
- DAVALLON, J. Comment se fabrique le patrimoine? Sciences Humaines. N.º 36 (2002), pp. 74-77. [Consult. 24 Out. 2019]. Disponível em: <https://www.scienceshumaines.com/comment-se-fabrique-le-patrimoine_fr_12550.html>
- DAVALLON, J. À propos des régimes de patrimonialisation: enjeux et questions. Patrimonialização e sustentabilidade do património: reflexão e prospetiva. 2014. Lisboa: Universidade Nova de Lisboa.
- FCT. Agenda Investigação e Inovação – Cultura e Património Cultural. Versão de outubro de 2019.
- FERNANDES, J. A. V. R. Urbanismo Comercial – a experiência portuguesa. Revista da Faculdade de Letras – Geografia, I Série, Vol. X/XI. Porto (1994/5), pp. 105 –

125. [Consult. 25 Out. 2019]. Disponível em: <
<https://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/1591.pdf>>
- FERREIRA, V. Olhares Sobre o Património Cultural. Idearte – Revista de Teorias e Ciências da Arte. ISSN: 1647-998X. Vol. 7, Nº 7 (2011). pp. 61-72. Disponível em: <<https://www.researchgate.net/publication/260247302>>
 - FERRO, C. Alojamento local em Lisboa bate recordes antes da mudança da lei. Diário de Notícias. [Em linha]. (2018). [Consult. 12 set. 2019]. Disponível em: <<https://www.dn.pt/edicao-do-dia/21-out-2018/interior/alojamento-local-em-lisboa-bate-recordes-10044488.html>>
 - FIGUEIREDO, A. C. Lojas com história. UACS – Revista do Comércio de Lisboa. Nº 127 (2016). Pp. 30 - 31. Disponível em: <<https://www.uacs.pt/conteudos/revistadigital>>
 - FREIRE, A. L. O desenvolvimento do comércio e a produção do espaço urbano. GeoTextos. ISSN: 1984-5537. Vol.6, nº.2 (2010), pp. 11 – 32. [Consult. 14 Ago. 2019]. Disponível em: <<https://portalseer.ufba.br/index.php/geotextos/article/view/4829>>
 - GIL, A. C. Como Elaborar Projetos de Pesquisa. São Paulo: Atlas, 1987.
 - GODELIER, M. Un Domaine contesté: l'anthropologie économique. Paris: La Haye, 1974. ISBN – 13: 978-2719308738.
 - GONDAR, J; DODEBEI, V. O que é memória social? Lisboa. Editora Contra Capa, 2005. ISBN: 9788586011962.
 - LOPES, F.; CORREIA, M.B. Património Arquitectónico e Arqueológico – Cartas, Recomendações e Convenções Internacionais. Lisboa: Livros Horizonte, 2004. ISBN: 9789722413077.
 - JARDIM, J.M. A invenção da memória nos arquivos públicos. Revista Ciência da Informação. [Em linha]. Vol. 25, nº. 2 (1995). [Consult. 26 jun. 2019]. Disponível em: < <http://revista.ibict.br/ciinf/article/view/659> >.
 - LISBOA. Lei nº 42, de 14 de junho DE 2017. Diário da República nº 114 – 1ª Série. Assembleia da República. Lisboa. 2017.

- LUSA. Regime que protege lojas históricas já está em vigor. Diário de Notícias. 2017. [Consult. 13 jun. 2018]. Disponível em <<https://www.dn.pt/lusa/interior/regime-que-protege-lojas-historicas-ja-esta-em-vigor-8591612.html>>
- LUSO, E.; LOURENÇO, P.B.; ALMEIDA, M. Breve história da teoria da conservação e do restauro. Revista de Engenharia Civil. Nº20 (2004). Departamento de Engenharia Civil da Universidade do Minho. [Consult. 03 nov. 2019]. Disponível em: <<http://www.civil.uminho.pt/revista/artigos/Num20/Pag%2031-44.pdf>>
- MERLO, F; KONRAD, G. Documento, História e Memória: A Importância da Preservação do Património Documental para o Acesso à Informação. Informação & Informação [Em linha]. Vol. 20, nº 1 (2015). [Consult. 16 Jun. 2019]. Disponível em: <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/18705/pdf_43> . ISSN: 1981-8920
- OLIVEIRA, C.F. - A preservação do património cultural no centro da metrópole: São Paulo, observações de uma trajetória. Academia. (2003). [Consult. 14 ago. 2019]. Disponível em: <https://www.academia.edu/14513911/A_PRESERVA%C3%87%C3%83O_DO_PATRIM%C3%94NIO_CULTURAL_NO_CENTRO_DA_METR%C3%93POLE_S%C3%A3o_Paulo_observa%C3%A7%C3%B5es_sobre_uma_trajet%C3%B3ria>
- RÊGO, J. Urbanismo Comercial nas Zonas Históricas de Lisboa: O caso de estudo de Belém. Dissertação de Mestrado defendida no Instituto Técnico de Lisboa. 2016. [Consult. 29 Jun. 2019]. Disponível em: <https://fenix.tecnico.ulisboa.pt/downloadFile/281870113703269/Urbanismo%20Comercial%20nas%20Zonas%20Historicas%20de%20Lisboa_Joana%20Rego_67117.pdf>
- ROUSSEAU, J. A. Resiliência do comércio – As lojas centenárias de Lisboa. Lisboa: Ed. Principia, 2017. ISBN: 9789897161698.
- SEIXAS, J. A cidade na encruzilhada: repensar a cidade e a sua política. Porto: Edições Afrontamento, 2003. ISBN: 9789723612608.

- SILVA, A. S.; BABO, E.; GUERRA, P. Cultural policies and local development: the portuguese case. Portuguese Journal of Social Science. [Em linha]. Vol. 12, nº 2 (2013), pp. 113-131. [Consult. 10 Nov. 2018]. Disponível em: <ingentaconnect.com/content/intellect/pjss/2013/00000012/00000002/art00001>
- SILVA, A. S.; BABO, E.; GUERRA, P. Políticas culturais locais: contributos para um modelo de análise. Sociologia, Problemas e Práticas. [Em linha]. Nº 78 (2015), pp.105 – 124. [Consult. 10 Nov. 2018]. Disponível em: <<http://journals.openedition.org/spp/1997>>. ISSN: 0873-6529.
- SILVA, E. Patrimônio e identidade. O desafio do turismo cultural. Antropológicas. [Em linha]. Nº 4 (2000). [Consult. 05 jul. 2019]. Disponível em: <<https://revistas.rcaap.pt/antropologicas/article/view/932/734>>
- SILVA, M. G. P. A. O Espaço Público na Relação com Equipamentos Culturais. Os Casos de Lisboa e Barcelona. Dissertação de mestrado em Arquitectura, Instituto Superior Técnico (2012). [Consult. 13 jul. 2019]. Disponível em <<https://fenix.tecnico.ulisboa.pt/downloadFile/395144235437/Espaco%20publico%20na%20relacao%20com%20Equipamentos%20Urbanos%20-%20Mariana%20Silva.pdf>>
- SILVA, L. A.; LIMA, R. J. Estudo de conceitos em história da educação. In: IX Congresso Nacional de Educação. 2009. [Consult. 16 jun. 2019]. Disponível em: http://www.pucpr.br/eventos/educere/educere2009/anais/pdf/3122_1893.pdf
- SIMÃO, M.C.R.; CAVALLAZZI, R.L. Preservação do patrimônio urbano e direito à cidade: Intersecções e desvios. The Overarching of the European Space: Society, Economy and Heritage in a Scenario. Porto: FLUP, 2017. pp. 289 – 300. [Consult. 15 Set. 2019]. Disponível em: <<https://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/16170.pdf>>
- SMITH, L. O novo norte - O mundo em 2050. Livros d'hoje. 2020. ISBN: 9789722047937.

- SOARES, M. Um selo para guardar a história das lojas tradicionais de Lisboa. [Em linha]. Público. [Consult. 13 jun. 2018]. Disponível em: <<https://www.publico.pt/2015/05/23/local/noticia/um-selo-para-guardar-a-historia-das-lojas-tradicionais-de-lisboa-1696576>>
- SOBRAL, J.M. Portugal, Portugueses: Uma identidade nacional. Lisboa. Fundação Francisco Manuel dos Santos (2012). ISBN: 9789898424655.
- TARDY, C.; DODEBEI, V. Memória e novos patrimônios. Marseille. Open Edition Press, 2015. ISBN: 9782821853539.

Anexo

Abaixo veremos um pouco do que foi descoberto nas visitas feitas às lojas classificadas pelo programa Lojas com História:

Anexo I - A Carioca

No ano de 1936, Isidoro Teixeira fundou a casa de chá e café *A Carioca*, comércio que permaneceu na família Teixeira até 1993, quando foi comprada por seu principal fornecedor, a Torrefação Negrita Cafés. Hoje a simpática loja de café e chá, localizada na Rua da Misericórdia, mantém grande parte de seu mobiliário original no estilo *Art Déco*³⁷, seus vidros e espelhos, gavetas com motivos asiáticos e balanças e outros maquinários originais.

A Carioca é um local onde podemos encontrar produtos de diversos países asiáticos, africanos e da América do Sul, e a arquitetura da loja nos mostra bem a origem desses produtos: Ao fundo da loja podemos contemplar os painéis em madeira, com desenhos que remetem à arte do café, associados a motivos *Art Déco*, com seus traços geométricos e douramentos e que são cobertos por um vidro, que auxilia na preservação desses elementos.

³⁷ Art Déco é a abreviação de Artes Decorativas, proveniente da *Exposition Internationale des Arts Décoratifs et Industriels Modernes*, organizada em Paris em 1925. Não era um estilo único e sim uma coleção de estilos diferentes e às vezes contraditórios. E foi sucessor em reação à estilos como o *Art Nouveau*, as *Beaux-Arts* e o neoclássico. Seus elementos eram geométricos e simples, como triângulos e quadrados.



Fotografia 1: Painéis em madeira e vidro com detalhes em dourado. Fonte: Arquivo Pessoal – 06 jun. 2019



Fotografia 2: Detalhe de painel em madeira e vidro com douramento. Fonte: Arquivo Pessoal – 06 jun. 2019

Os balcões em madeira nobre também testemunham o dia a dia e a conversa desprestenciosa entre clientes e funcionários da *A Carioca* desde 1936. São nesses balcões que ficam dispostos jogos de chá e cafeteiras, e sobre eles, moedores de café e balanças ainda da época da fundação, e uma peça que remete a infância: um porta-rebuçados com três andares de exposição.



Fotografia 3: Balcão em madeira nobre e vidro. Fonte: Arquivo Pessoal – 06 jun. 2019



Fotografia 4: Maquinário original da loja: Moedores e balança. Fonte: Arquivo Pessoal – 06 jun. 2019

Atrás dos balcões estão montras em madeira e vidro que alcançam o teto, onde podemos ver uma infinidade de embalagens de chá e mais um tanto de cafeteiras.

Sob as montras estão algumas gavetas em madeira que apresentam pinturas orientais. Essas pinturas já sofreram uma intervenção há cerca de quarenta anos atrás.



Fotografia 5: Gavetas com pinturas chinesas. Fonte: Arquivo Pessoal – 06 jun. 2019



Fotografia 6: Gavetas com pinturas chinesas. Fonte: Arquivo Pessoal – 06 jun. 2019



Fotografia 7: Gavetas com pinturas chinesas. Fonte: Arquivo Pessoal – 06 jun. 2019

Em frente ao balcão existe outra montra, que igualmente é de madeira e vidro, vai até o teto, mas nesta estão expostos chocolates e amêndoas confeitadas. Na parte mais central estão os grãos de café torrados que deixam no ambiente um maravilhoso aroma de café.



Fotografia 8: Montra com os produtos expostos. Fonte: Arquivo Pessoal – 06 jun. 2019

Já na parte inferior podemos observar uma demonstração da resiliência da loja, ao criar produtos destinados à turistas: chocolates e confeitos em embalagens com o Galo de Barcelos, o Coração de Viana, as Sardinhas, ou seja, são usados patrimónios identitários portugueses para atrair e promover a venda destes produtos.



Fotografia 9: Produtos com imagens de patrimónios identitários portugueses. Fonte: Arquivo Pessoal – 06 jun. 2019

Segundo os funcionários da loja *A Carioca*, esta já sofreu uma intervenção, mas que modificou pouco sua arquitetura. Foram mudados piso e teto, que eram de madeira e não estavam em bom estado de conservação.

O piso de madeira foi substituído por uma cerâmica, já o teto foi substituído por uma espécie de lambris metálicos quase espelhados. Nessa obra, aproveitou-se para instalar um sistema de ar condicionado. Foi uma bem-sucedida forma de atualizar o espaço, marcando as novas características, sem, contudo, perder sua identidade.



Fotografia 10: Teto da loja A Carioca modificado após reforma. Fonte: Arquivo Pessoal – 06 jun. 2019

Anexo II - Florista Pequeno Jardim

De acordo com o site próprio da *Florista Pequeno Jardim*, no fim do século XIX, um senhor francês resolveu abrir em um vão de escadas no Chiado um *Petit Jardin*, que em 1922 passou a ser oficialmente o *Pequeno Jardim*, loja que tinha como proprietário Carlos A. Dos Santos, primeiro registo de arrendamento do local na Câmara Municipal de Lisboa. Um de seus proprietários foi Virgílio Madeira Gante, o “Virgílio das Flores”, que começou como funcionário e ficou até comprar o negócio. Com artistas e médicos como clientes cativos, o *Pequeno Jardim* ganhou fama.

Assim como ocorreu anteriormente com Virgílio, a atual proprietária Elisabete Monteiro, também foi funcionária do estabelecimento.

A pequena loja de flores do Chiado ainda hoje preenche os corações dos apaixonados, decora cerimónias de casamentos e batizados, e presta a última homenagem a quem parte.

A loja e o negócio não foram modificados ao longo dos anos, mas a empresa se modernizou e atende clientes em qualquer lugar via internet.

O negócio das flores do Chiado, funciona numa, senão na menor loja entre as lojas classificadas pelo programa Lojas com História, e é também uma das mais originais quando falamos da arquitetura. Com azulejos *Art Nouveau*³⁸ em relevo, que resistem ao tempo e nos remetem a um tempo onde a preocupação com os detalhes chegavam aos vãos abaixo das escadas dos edifícios.

³⁸ *Art Nouveau* é uma expressão francesa para Arte Nova. É uma reação à arte acadêmica do século XIX, e se inspira em formas naturais (plantas e flores) e linhas curvas.



Figura 15: Azulejos decorados com motivos florais. Fonte: Arquivo pessoal – 06 jun. 2019

O piso por onde passaram tantos clientes, também é original em mármore branco e negro, num xadrez muito elegante, terminando com um mármore rosa na soleira da porta de entrada.

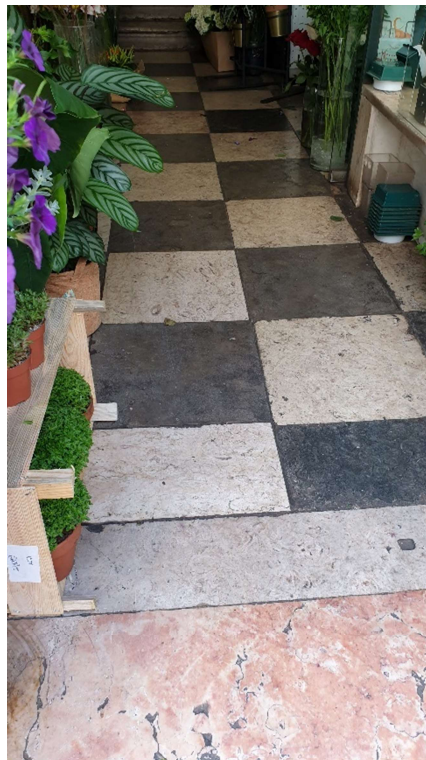


Figura 16: Piso em mármore negro e branco com soleira em mármore rosa. Fonte: Arquivo Pessoal – 06 jun. 2019



Figura 17: Cerâmica em relevo. Fonte: Arquivo Pessoal – 06 jun. 2019

Anexo III - Au Petit Peintre

Fundada no local de uma antiga leitaria em 1909, a loja de manualidades *Au Petit Peintre* (Para o Pequeno Pintor), foi cenário de tertúlias e na década de 20 abrigou a tipografia que editou o “Jornal da Mulher”, publicação que dava voz às mulheres da época e incentivava seu empoderamento e emancipação, num movimento que foi tão importante que o próprio presidente Marechal Óscar Carmona enviou uma carta para parabenizar a iniciativa.

De acordo com o testemunho do atual proprietário, na década de 60 começou a trabalhar na papelaria um jovem de calções e suspensórios que desejava juntar algum dinheiro para comprar uma bicicleta. Esse jovem, além de gostar do que fazia, acabou por aprender o ofício do comércio e tornou-se mestre nas técnicas das artes e pintura, para melhor atender seus clientes. Fez isso por muitos anos até tornar-se o proprietário do estabelecimento. Até hoje José Domingues está atrás dos balcões da papelaria com várias histórias para contar.

Ao longo dos anos a loja foi, aos poucos, adaptando sua vocação. Antes era apenas papelaria, mas encontrava-se tudo o que era necessário em materiais de escritório e cartas: eram papéis, canetas de pena, tintas especiais para a escrita. Depois, iniciaram os trabalhos de tipografia e encadernamento e materiais para pintura, e atualmente, a *Au Petit Peintre* é, para além de um loja, uma galeria de arte, onde seu proprietário expõe sua arte e dão oportunidade para novos artistas de divulgar seus trabalhos.

A loja ainda mantém muitas características da época de fundação, mas algumas vão além desse período, que é o caso do piso em mármore branco e negro, que ainda eram da época da leitaria e em alguns pontos é possível notar a marca dos cascos dos animais que viviam ali.



Figura 18: Piso em mármore branco e negro. Fonte: Arquivo Pessoal – 06 jun. 2019

Outro detalhe importante é o mobiliário, neste caso, as estantes que revestem as paredes do estabelecimento, que são mesmo da época de fundação, em 1909, e emolduram vidros com desenhos em *Art Nouveau* e douramento feito com folhas de ouro 24 quilates, que parecem ser recém feitos.



Figura 19: Boiserie³⁹, sanca e moldura decorativa no teto. Fonte: Arquivo pessoal – 06 jun. 2019

³⁹ Decoração de paredes criada na França entre os séculos XVII e XVIII, onde usam se elementos de madeira para adornar as paredes.



Figura 20: Boiserie de canto. Fonte: Arquivo Pessoal – 06 jun. 2019



Figura 21: Espelho com pintura floral e o ano de fundação da loja. Fonte: Arquivo Pessoal – 06 jun. 2019



Figura 22: Peças antigas e fotografia dos fundadores. Fonte: Arquivo Pessoal – 06 jun. 2019

Anexo IV – Lista de lojas classificadas pelo programa Lojas com História

De acordo com o site do programa: www.lojascomhistória.pt

1. A Brasileira – Rua Garrett 120/122, Lisboa
2. A Carioca – Rua da Misericórdia 9, Lisboa
3. A Ginginha – Largo de São Domingos 8, Lisboa
4. A Ginginha Sem Rival – Rua das Portas de Santo Antão 7, Lisboa
5. André Ópticas (Óptica do Chiado) – Rua Garrett 63/65, Lisboa
6. Aníbal Gravador – Rua Nova do Almada 64, Lisboa
7. Arqui Chique – Rua da Conceição 83, Lisboa
8. Au Petit Peintre – Rua de São Nicolau 104, Lisboa
9. A Veneziana – Praça dos Restauradores 8, Lisboa
10. Bar Americano – Rua Bernardino Costa 35, Lisboa
11. Barbearia Campos – Largo do Chiado 4, Lisboa
12. British Bar – Rua Bernardino Costa 52, Lisboa
13. Café Nicola – Praça Dom Pedro IV 24/25, Lisboa
14. Café Restaurante Martinho da Arcada – Praça do Comércio 3, Lisboa
15. Casa Achilles – Rua de São Marçal 194, Lisboa
16. Casa Buttuller – Rua Barros Queirós 37, Lisboa
17. Casa Forra – Poço do Borratém 32, Lisboa
18. Casa Havaneza – Largo do Chiado 25, Lisboa
19. Casa Macário – Rua Augusta 272, Lisboa
20. Casanostra – Travessa do Poço da Cidade 60, Lisboa
21. Casa Pereira – Rua Garrett 38, Lisboa
22. Casa Pereira da Conceição – Rua Augusta 102, Lisboa
23. Casa Xangai – Avenida da República 19A, Lisboa
24. Caza das Vellas Loreto – Rua do Loreto 53, Lisboa
25. Chapelaria Azevedo Rua – Praça Dom Pedro IV 73, Lisboa
26. Confeitaria Nacional – Praça da Figueira 18B, Lisboa
27. Conserveira de Lisboa – Rua dos Bacalhoeiros 34/34A, Lisboa

28. Drogaria São Domingos – Rua Dom Antão de Almada 4A, Lisboa
29. Espingardaria Central A. Montez – Praça Dom João da Câmara 3, Lisboa
30. Farmácia Andrade – Rua do Alecrim 125, Lisboa
31. Farmácia Barreto – Rua do Loreto 24/30, Lisboa
32. Farmácia Morão – Largo da Graça 63, Lisboa
33. Farmácia Normal – Rua da Prata 218, Lisboa
34. Ferragens Guedes – Rua das Portas de Santo Antão 32, Lisboa
35. Florista Pequeno Jardim – Rua Garrett 61, Lisboa
36. Fotografia Triunfo – Rua do Poço dos Negros 69, Lisboa
37. Francisco Soares da Silva – Travessa da Fábrica dos Pentes 4A, Lisboa
38. Franco Gravador – Rua da Vitória 40, Lisboa
39. Galeto – Avenida da República 14, Lisboa
40. Ginginha Rubi – Rua Barros Queirós 27, Lisboa
41. Hospital das Bonecas – Praça da Figueira 7, Lisboa
42. Joalharia do Carmo – Rua do Carmo 87B, Lisboa
43. Joalharia Ferreira Marques – Praça Dom Pedro IV 7/9, Lisboa
44. Leão D'Ouro – Rua 1º de Dezembro 103 - 107, Lisboa
45. Leitão e Irmão – Largo do Chiado 16/17, Lisboa
46. Leitaria “A Camponeza” – Rua dos Sapateiros 155, Lisboa
47. Livraria Bertrand – Rua Garrett 73-75, Lisboa
48. Livraria Ferin – Rua Nova do Almada 72, Lisboa
49. Londres Salão – Rua Augusta 277-279, Lisboa
50. Luvaria Ulisses – Rua do Carmo 87A, Lisboa
51. Manteigaria Silva – Rua Dom Antão de Almada 1C/D, Lisboa
52. Manuel Tavares – Rua da Betesga 1ª/B, Lisboa
53. Óptica Jomil – Rua Áurea 249, Lisboa
54. Ourivesaria Sarmento – Rua Áurea 251, Lisboa
55. Panificação Mecânica – Rua Silva Carvalho 209, Lisboa
56. Paris em Lisboa – Rua Garrett 77, Lisboa
57. Pastéis de Belém – Rua de Belém 84 - 92, Lisboa
58. Pastelaria Benard – Rua Garrett 104, Lisboa

59. Pastelaria Mexicana – Avenida Guerra Junqueiro 30C, Lisboa
60. Pastelaria Versailles – Avenida da República 15A, Lisboa
61. Pavilhão Chinês – Rua Dom Pedro V 89, Lisboa
62. Pérola de São Mamede – Rua Nova de São Mamede 19A, Lisboa
63. Pérola do Chaimite – Avenida Duque de Ávila 38 – 38A, Lisboa
64. Pérola do Rossio – Praça Dom Pedro IV 105, Lisboa
65. Primeira Casa das Bandeiras – Rua dos Correeiros 149-151, Lisboa
66. Príncipe Real Enxovais – Rua da Escola Politécnica 12-14, Lisboa
67. Quiosque Tivoli – Rua da Prata 171, Lisboa
68. Restaurante Estrela da Sé – Largo de Santo António da Sé 4, Lisboa
69. Restaurante João do Grão – Rua dos Correeiros 222, Lisboa
70. Restaurante Tavares – Rua da Misericórdia 37 R/C, Lisboa
71. Retrosaria Bijou – Rua da Conceição 91, Lisboa
72. Sapataria do Carmo – Largo do Carmo 26, Lisboa
73. Sapataria Lord – Rua Augusta 199-203, Lisboa
74. Soares e Rebelo – Rua do Amparo 2, Lisboa
75. Tabacaria Martins – Largo do Calhariz 4, Lisboa
76. Tabacaria Mónaco – Praça Dom Pedro IV 21, Lisboa

